

الفصل الأول

المقدمة

1-1 تمهيد

يعود تاريخ الفنادق إلى المجتمعات الأولى و يرصد توسعها في جميع أنحاء العالم في أعقاب صعود وسقوط الاقتصاد . في الواقع لقد حددت شريعة حمورابي في عام 1800 قبل الميلاد القواعد الأولى المعروفة لأصحاب الحانات (ماكدونو ، هيل ، غليزر ، ليندسي وسايكس 2001).

استمرت الفنادق في الازدهار لتصبح أكثر شيوعا في أوائل العام 1000 في الوقت الذي انتقلت فيه سلسلة القوافل على طريق الحرير الصيني وخلال عام 1600 مع نمو فنادق مرتبطة بالجولة الأوروبية الكبرى . كان أول فندق أمريكي هو ستي هوتيل في نيويورك، الذي تم افتتاحه في عام 1874 وكانت الصالونات ذات شعبية كبيرة في الغرب في أواخر العام 1800 و أوائل العام 1900 عندما شهد عصر الفنادق الذهبي ولادة العديد من الفنادق المعروفة مثل نيويورك سانت ريجيس ، و بلازا هوتيل. واصلت صناعة الفنادق في الازدهار واتسم منتصف الخمسينيات بنمو العديد من سلاسل الفنادق مثل هوليدي إن، و ماريوت، وهيلتون.

كانت الفنادق الأولى عبارة عن نزل وحانات تقدم أكثر بقليل من الطعام والمأوى للنازحين الذين جاءوا إلى المدن للتجارة أو أي عمل مؤقت آخر، ومع نمو الدخل الإضافي أصبح ما كان ينظر إليه الناس كجزء ضروري من الدخل ترفا. ومع المزيد من الوقت والمال في حوزتهم، تزايد فضول الشعوب حول الأراضي الأجنبية و صار لديهم الدافع للسفر. وهكذا أصبح السفر أكثر شيوعا والفنادق أكثر عددا وبالتالي بدأت المنافسة بين الفنادق وحاول كل واحد منهم تمييز نفسه عن الآخرين.

كان هناك في أمريكا 3.9 مليون غرفة فندقية تنتشر عبر ما يقرب من 51000 مبنى ، تنقل الجمعية الأمريكية للفنادق والموتيلات أنه في أي ليلة من الليالي 64% من هذه الغرف تكون مشغولة ، وهذا يشير إلى أن عددا كبيرا من الناس يقضون بعض الوقت ليس فقط في غرف الفندق، ولكن أيضا في أماكن الفندق العامة، مثل الردهات. هذه الفنادق تشتمل على مجموعة واسعة من الأسعار وأسباب الترف التي تؤثر على الخدمة والمرافق والجو. ويلعب البهو دورا حاسما في تصنيف الفندق (كعلامة تجارية) وخلق الجو المطلوب. حيث إن البهو هو أول ما سيقابل النزلاء، وعلى الأغلب ستشكل انطباعهم الأول عن البيئة المادية للفندق (أندوركا ، 1997). يفسر الضيوف ان للبهو الأساسي أثر كبير على الانطباع النفسي الذي يقع في الذاكرة (ماكدونو ، هيل ، غليزر ، ليندسي وسايكس 2001).

2-1 أهمية البحث

يهتم البحث بدراسة التصميم الداخلي لبهو الفنادق و اثرها على تلبية الغرض المرجو و تحقيق راحة المستخدمين ، بما انه هو الواجهة الرئيسية للفندق التي تعكس ماهية الفندق (حسب الفئة المستهدفة من سياح ، رجال أعمال ، عائلة ، رواد المغامرات و غيرهم) ومستوى الخدمات المتوقع تقديمها , كمثل تكمن أهمية البحث في معرفه مدى مقياس تأثير التصميم الداخلي على المستخدمين حيث ان الفنادق تلعب دورا كبيرا في عكس مستوى تطور البلاد وارتقاء قطاعات السياحة و الضيافة من خلال مستوى تصنيفاتها وفقا لمستوى الخدمات , لذلك يعتبر هذا البحث مهما لأنه يسلط الضوء على أهمية أهم جزء في الفندق وهو بهو الاستقبال و مدى التأثير الإيجابي للتصميم الداخلي له على الزوار .

3-1 أهداف البحث

- يهدف هذا البحث للإسهام في ارتقاء وتحسين التصميم الداخلي لبهو الفندق ليكون عنصر جذب للمستخدمين.
- التعرف على العوامل المؤثرة على التصميم الداخلي لبهو الفندق .
- تقديم توصيات خاصة بالتصميم الداخلي لبهو الفندق من بداية مراحل التصميم الأولى التي تعزز من نجاح انعكاس الفلسفة او الفكرة التصميمية المقصودة .

4-1 مشكلة البحث

اصبحت قطاعات السياحة عالميا تساهم في اقتصاد الدولة وذلك بإدخال العملات الأجنبية و خلق فرص للاستثمارات المتنوعة و بعد الاطلاع على الاحصاءات السياحية في السودان تبين ان معدلات السياحة لا تتناسب مع الموارد السياحية الجمة في السودان حيث انه يزخ بالكثير من المقومات السياحية بمختلف أنواعها وذلك لتنوع بيئاته الجغرافية ، التاريخية ، الثقافية و العرقية التي تجذب السياح من كافة ارجاء العالم.

مع التطور المستمر في قطاع السياحة وخاصة الفنادق التي تمثل جزء كبير من القطاعات بمختلف انواعها الذي جاء مواكبا لتطور تقنيات الفكر التصميمي، أصبح الاهتمام بالفراغات الداخلية و تصميمها جزء لا يتجزأ من عمليه التصميم المعماري التي تحقق نجاح هدف المشروع و هو جذب أكبر عدد من المستخدمين و كسب رضاهم .

بذلك تحدد مجال المشكلة التي تتعامل معها الدراسة، وهي مشكلة الاهتمام بالشكل الخارجي للفندق والسعة الاستيعابية و عدم صب أي اهتمام بتصميم اهم جزء في الفندق و الذي يعتبر بمثابة عنوان لكل الفندق الا و هو البهو او الردهة . حيث ان التصميم الداخلي لبهو الاستقبال هو الاساس الذي سيكون الصورة الذهنية و الانطباعية الاولى للنزلاء.

5-1 أسئلة البحث

- هل لاستخدام عناصر التصميم الداخلي بصورة مبتكرة لبهو الفندق يؤثر في تحقيق جذب و رضا المستخدمين ؟
- كيف يتم ترجمة أسس و عناصر التصميم الداخلي في تصميم بهو الفندق ؟
- لماذا يتم تجاهل التصميم الداخلي لبهو الفندق ؟
- هل يعتبر البهو الغير جذاب مقياس لعدم الدراسة الجيدة للتصميم الداخلي؟

6-1 فروض البحث

افترض الباحث أن بهو (ردهة) الفندق المصمم بشكل يتضمن عناصر و أسس و مفاهيم التصميم الداخلي عن طريق استخدام النظريات و المدارس المعمارية و فلسفة فكر المصمم يضمن تحقيق الغرض المنشود و هو بث شعور الراحة و الرضا في نفوس النزلاء وليس مجرد حجز و تسجيل دخول و خروج ومن ثم المغادرة.

7-1 منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال:

- الخطوة الأولى : الإطار النظري للدراسة إتباع المنهج الوصفي التاريخي عن طريق جمع المعلومات من المصادر و المراجع المتعلقة بالتصميم الداخلي و تصميم بهو الفندق و كل ما يتعلق بهما ، و ذلك من خلال :
- الكتب و المراجع .
- الثقافة العامة و الخبرات الشخصية والتخصصية .
- سؤال اهل الاختصاص و العلم .
- شبكة المعلومات و قواعد البيانات .
- الخطوة الثانية : الإطار المعلوماتي للدراسة ، إتباع المنهج الوصفي التحليلي عن طريق دراسة وتحليل عدد من النماذج العالمية و استخراج موجهات تصميمية منها (فنادق صغيرة ، متوسطة وكبيرة).
- الدراسة الميدانية لعدد من حالات الدراسة المحلية باستخدام وسائل مساعدة للحصول على المعلومات بخصوص رضاء المستخدمين ، و هي المقابلات و الملاحظات الشخصية ، و إجراء الاختبار عليها بناء على الموجهات السابقة .

➤ الخطوة الثالثة : من تحليل البيانات السابقة يخرج الباحث بنتائج و توصيات و خلاصة و التي تساعد على الإرتقاء بالتصميم الداخلي لجهو الفندق .

8-1 حدود البحث:

- الحدود مكانية : السودان وتحديدًا مدينة الخرطوم .
- الحدود الزمانية : يناير 2017 – سبتمبر 2017 .

9-1 هيكل البحث :

يحتوي هذا البحث على عدد من المكونات وهي كالآتي:

1. **أولاً:** الإطار العام للدراسة يحتوي على لمحة عامة عن الدراسة من أهميتها ، مشكلتها و أهدافها ومنهجية البحث والحدود الزمانية والمكانية .
2. **ثانياً:** الإطار النظري و يحتوي على كل ما يتعلق بالتصميم الداخلي (تعريفه ، نشأته ، الهدف منه ، محتوياته و أسسه - معايير - مبادئه) و تصميم ردهات الفنادق (تعريفه ، تطوره ، مفاهيمه ، اتجاهاته المستقبلية) بالإضافة إلى عرض أمثلة متنوعة ، و أخيراً خلاصة .
3. **ثالثاً :** استعرض تاريخ الفنادق في السودان و من ثم دراسة النماذج المحلية بالإضافة إلى عرض و تحليل حالتي الدراسة و تقييمهما و الخلاصة .
4. **رابعاً:** الخلاصات و ناتج توصيات الدراسة .

الفصل الثاني

التصميم الداخلي و بهو الفندق

1-2 تمهيد:

يعيش كل منا في مكان سواء كان مخصص للنوم أو المعيشة أو العمل يريد بالطبع أن يشعر فيه بالراحة والرضى لذلك يحاول تهيئة هذا المكان لأداء وظيفته والغرض منه وقد يقوم البعض منا بوضع تصور واختيار المواد والألوان المستخدمة بنفسه ولكن هناك من يلجأ للمتخصصين في هذا المجال ممن يملكون الكفاءة والخبرة لعمل التصميمات المطلوبة والإشراف على تنفيذ هذه التصميمات.

في هذا الفصل نهدف الى توضيح أن نجاح الفنادق يرتبط بنجاح التصميم الداخلي لفراغاته و بالأخص بهو الفندق حيث أنه يمثل عنوان الفندق و يتم عبره ترجمة رسالة الفندق و توجهه .

سنستعرض في هذا الفصل الشق النظري للبحث حيث سنتعرف على التصميم الداخلي من كل النواحي و من ثم سنتعرف على الفنادق و بالأخص بهوها من حيث التعريف ، الأغراض ، الأثار و تطورها و توجهاتها المستقبلية .

2-2 التصميم الداخلي:

1-2-2 التعريف :

- هو مجموع التخطيط والتصميم للفراغات الداخلية والتي تهدف لتسخير الاحتياجات المادية والروحية والاجتماعية للناس ، والتي بدورها تضمن سلامة المبنى.
 - التصميم الداخلي مكون من الجوانب التقنية و التخطيطية كما يهتم بالنواحي الجمالية والفنية كذلك.
 - هو عملية التكوين والابتكار أي جمع عناصر من البيئة ووضعها في تكوين معين لإعطاء شيء له وظيفة أو مدلول والبعض يفرق بين التكوين والتصميم على أن التكوين جزء من عملية التصميم لأن التصميم يتدخل فيه الفكر الإنساني والخبرات الشخصية.
 - يعرف التصميم الداخلي بأنه عبارة عن دراسة الفراغات والحيز ووضع الحلول المناسبة للعناصر المكونة لها وتهيئتها لتأدية وظيفتها بكفاءة باستخدام مواد مختلفة واختيار ألوان مناسبة بتكلفة مناسبة.
 - هو فن معالجة وحل الصعوبات التي تواجهنا في مجال الحركة في الفراغ بحيث يسهل استخدام ما يضمه هذا الفراغ من أثاث وتجهيزات فيصبح مريحاً مرضياً يبعث على البهجة والمتعة.
 - هو القدرة على تهيئة المكان لتأدية الوظيفة المخصص من أجلها بأقل مجهود ممكن.
 - هو فن معالجة المكان باستغلال جميع العناصر المتاحة بطريقة تساعد على الشعور بالراحة وتساعد على العمل .
 - هو القدرة على ابتكار حلول غير تقليدية تناسب المكان و اختيار المواد والألوان المناسبة.
 - مما سبق يتضح أن دور المصمم الداخلي يبدأ مبكراً مع مرحلة وضع البرنامج والمشاركة في التصميم وإعداد الميزانية للمشروع. إن كل ما يقع عليه بصرنا وتلمسه أيدينا وتسمعه آذاننا هو جزء من التصميم الداخلي للبيئة المبنية ، فمن هنا تبرز أهمية التصميم الداخلي كونه يتعامل مع المستخدمين بصورة شخصية مباشرة ، من منا ليس لديه غرفته المفضلة أو مقعده المريح أو إضاءته المحببة ، فعناصر التصميم الداخلي لها اتصال شخصي مباشر ، فالمصمم الداخلي يحاول من خلالها تلبية الاحتياجات العضوية والنفسية للمستخدمين ، ونظرا لكمية التفاصيل واختلاف المواد وتنوعها باستمرار ، وكذلك تنوع الاستخدامات للمباني والفراغات الداخلية كان من الضروري وجود تخصصات وتقسيمات لمهنة التصميم الداخلي.
- (مصدر التعريفات السابقة الموسوعة البريطانية النسخة الإلكترونية 2012)

2-2-2 خلفية تاريخية عن التصميم الداخلي و نشأته :

تبدأ حياة الإنسان حينما يكتبُ اللهُ له الحياةَ بنفخِ الرُّوحِ في جسده، فأولُ أرضٍ ينأى عليها هي أرضُ المشفى، وبعد ذلك يتم نقلُهُ إلى منزله الذي سيقضي فيه عمره الذي كُتِبَ له، وهو يخلق الذكرياتِ في أرجاءِ هذا المنزل. فما الحياةُ إلا ذكريات نعيشُها. فخلق اللهُ لأرواحنا صفاتٍ، فهي تملُّ، تحبُّ و تكره ما ترى

أمامها. لكن حببها الله عزّ وجل بالجمال فهو جميلٌ ويحبّ الجمال.
 فبالجمال تنتعش النفوس وتُصَفَى الأذهان، و يكْمُنُ جمالُ الأرواح في المكانِ و الألوان، وحتى في أدقّ التفصيل. لذلك منذُ آلافِ العصور و قديم الأزمان و منذُ خمسة آلافِ عام في عصر الفراعنة الذين كانوا في مصر شمال إفريقيا. كانوا يعشقون الزخارف والألوان، وكلّ أخذ ومنعش للروح قبل العين. كانوا يهتمون بأدقّ التفصيل في الأبواب العملاقة، الجدران الشاهقة، الأسقف العالية، والأعمدة الضخمة. كلّها كانت مزخرفة ومنحوتة، وكان ذلك يعكس مدى فحش ثرائهم. وكانت أيضاً مطلّية بالألوان الزاهية كالأصفر، والأزرق، والأحمر ليزيّتوا بها المكان. و اللون الذهبى الذي كان رمزاً لهم.
 في تلك العهود لم يهتموا أبداً بتفاعل المكان مع حركة الإنسان و متطلّباته اليومية، ولكن كان كلّ اهتمامهم بأن تعكس قصورهم مدى ثرائهم. فكانت المباهاة و كأنّها قانون اجتماعي على من يملك المال الوفير.

نشأة التصميم الداخلي: تعد محاولات الانسان في تحسين وتزيين فضاءه الداخلي الذي يعيش فيه محاولة قديمة، ولقد كان اولى المحاولات الجادة في دراسة تخصص التصميم الداخلي والاثاث بصورة اكااديمية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية تحولات ومتغيرات على مستوى الحاجة الانسانية .

2-2-3 الهدف من دراسة تخصص التصميم الداخلي :

إن كل ما تقع عليه ابصارنا وتلمسه ايدينا وتسمعه اذاننا هو جزء من التصميم الداخلي للبيئة المبنية فمن هنا تبرز أهمية التصميم الداخلي كونه يتعامل مع المستخدمين بصورة شخصية مباشرة لذا فإنه يمكن اعتبار أن الهدف الاساسي من دراسة تخصص التصميم الداخلي هو اتقان واحتراف كيفية التخطيط والتنظيم العام للمحتويات الفراغية الداخلية وتصميمها وهذا التخطيط يستوجب تحقيق مجموعة من الغايات والاعتبارات التي تلبى الحاجات الانسانية وطبيعتها الفطرية و التي تندرج في الاتي :

1- الإحساس بالمكان .

2- الالفة .

3- الخصوصية .

4- الشعور بالانتماء .

2-2-4 المحتوى الفراغي في التصميم الداخلي

هو ذلك الحيز المكاني الذي يشتمل على المسطحات الرأسية المتمثلة في الحوائط , وسائل الحركة و العناصر الانشائية بما تشتمله من فتحات معمارية (أبواب , نوافذ ,) و كذلك المسطحات الأفقية المتمثلة في الارضيات , الأسقف و العناصر الإنشائية بما تشتمله من إضافات وخصم بالإضافة الي المحتويات المضافة مثل الاثاثات و الإكسسوارات .

2-2-5 أسس و معايير و مبادئ التصميم الداخلي

للتصميم الداخلي أسس ومعايير وعناصر يدرسها المصمم الداخلي لتهيئة البيئة الداخلية الصالحة للإنسان لكي يزاول انشطته المختلفة بصورة وظيفية مناسبة وتحتاج عملية التصميم الداخلي إلى توظيف مفاهيم معينة تعمل على تجميع اجزاء المحتوى الفراغي معاً لصنع علاقات سليمة بين عناصر المحتوى الفراغي المتنوعة لتحقيق حيز مكاني مرتب ومرضي بصرياً وعاطفياً وهذه المفاهيم كالتالي :

- الشكل و الخطوط .
- الوحدة والتناغم .
- المساحات (الفراغ)
- التوازن .
- مركز النشاط (بؤرة التركيز , النقطة المركزية) .
- الإضاءة.
- الملمس والنمط (النقش) .
- اللون.

- الإيقاع
 - المقياس و التناسب .
 - التفاصيل
- مع ملاحظة بأن وصف هذه المفاهيم لا يعتبر قوانين محددة و لكن خطوط إرشادية للمساعدة لتطوير التصميم الداخلي للفراغات.

2-3 مبادئ تصميم الفنادق

هي عصب نشاط السياحة في أي دولة من دول العالم المتحضر ، فلا يمكن تصور قيام نشاط سياحي من دون وجود شبكة قوية من الفنادق والمنتجعات والقرى السياحية والمطاعم ..إلخ. تتدرج الفنادق في درجاتها على حسب توفر درجة الرفاهية ومستوى الخدمات من النزل العادي إلى فنادق الخمس نجوم والسبع نجوم .

تشتمل الفنادق الى جانب الغرف بأنواعها على المسابح والنوادي الصحية والملاعب والمطاعم ومراكز التسوق والبازارات ومراكز المؤتمرات ورجال الأعمال ومكاتب تأجير السيارات ..إلخ. تصميم الفندق هو نتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية، والتقدم التكنولوجي والاقتصادي والأوضاع السياسية، والعوامل البيئية. تخلق هذه العناصر البيئة الكلية لقطاع الضيافة وتؤثر بقوة على طلبات وأمنيات، ورغبات العملاء. (باوي وباتل، 2004، ص.16-20) لذلك، فإن خصائص الفندق والمسوقين بحاجة لمراقبة تقييم تلك التحولات بحذر من أجل تقديم "المنتج المناسب [أو خدمة]، للعميل المناسب، في الوقت المناسب للحصول على حق السعر" (كروس، 1997). سوف يؤدي هذا السلوك إلى زيادة الإيرادات وبالتالي الربح والنجاح. من الواضح، أن البيئة الصغيرة، والتي تشمل العملاء، والموظفين والموردين والوسطاء، والمنافسين، والرأي العام (باوي وباتل، 2004، ص. 20 - 21)، لديها أيضا تأثير على تصميم الفندق ولكن على نطاق أصغر بكثير. لذلك، إذجرى تفسير تصميم الفندق، لن يكون حول التصميم والهندسة المعمارية، والتطوير العقاري فقط، ولكن أكثر من ذلك بكثير. فمن الضروري أن ننظر إلى موضوعات ليست كاملة الوضوح، مثل خدمات التسويق، وسلوك المستهلك، و استراتيجيات تنمية المنتج، والعلامات التجارية.

يعتبر الفندق المعاصر تطورا مستمرا في التصاميم منذ بداية القرن الواحد والعشرين، وتراعي هذه التصاميم احتياجات ومتطلبات العملاء اليوم. تركز هذه الأطروحة على تصميم بهو الفندق من هذه النواحي. وتوضح الورقة تعريف، وأغراض، وأثار، وتطورات بهو الفندق الحديث بالإضافة للاستراتيجيات والاتجاهات المستقبلية للتصميم.

كما سيتم توضيح كيف يطبق مديري الفنادق ومصممي الديكور الداخلي الاستراتيجيات والأساليب لجعل بهو الفندق منطقة مريحة، وجذابة، ومحورية لجميع نزلاء الفندق و زواره. بالإضافة إلى ذلك، سيتم اكتشاف مدى أهمية بهو الفندق للعميل والفندق، وكيف يمكن اختبار علامة الفندق التجارية من خلال تصميم بهوه.

2-3-1 بهو الفندق (التعريف ، الأغراض و الأثار)

يمثل بهو الفنادق المحور، والمركز، ونبض قلب كل فندق. (لاوسون، 2007 ص. 199؛ بيرينس 1997 ص. xiii، كورنيس 2001، ص. 8) والبهو اعتمادا على الهندسة المعمارية للمبنى، هو المكان الداخلي الأول الذي يتعرف فيه نزلاء الفندق على نمط الفندق، وأجواءه، ومعايير الخدمة فيه، وتصميمه الداخلي.

فوق ذلك إن البهو، وبعد دخول مبنى الفندق، هي النقطة الأولى للتواصل والتفاعل بين موظفي الفندق والنزيل. لذلك، فكون الانطباع الأول إيجابيا أمر بالغ الأهمية ويؤثر على ادراك النزيل العام ورضاه. حدد لاوسون (2007، ص. 199) هدفين رئيسيين لبهو الفندق: في الغالب يعتبر البهو مكانا للتداول حيث يدخل الضيوف ويغادرون المبنى أو ينقلون إلى المناطق العامة المختلفة في الفندق، مثل مرافق الولائم والمؤتمرات، ومركز اللياقة البدنية (إذا كان مفتوحا للعامة)، والمنافذ المختلفة (مثل المطاعم والحانات

والمحلات التجارية) وغرف النزلاء. بالإضافة إلى ذلك، يعمل البهو كمنطقة انتظار ومغادرة. (لاوسون، 2007، ص. 199) لهذا السبب، أثاث الجلوس (الأرائك، والمقاعد الطويلة) أو حتى صالة البهو جميعها تتواجد في كثير من الأحيان في قاعة المدخل.

بالإضافة إلى ذلك، فإن بهو الفندق يمثل منطقة يتم فيها تسليم الخدمات، على سبيل المثال في مكتب الاستقبال، مكتب حجوزات الطيران، مكتب الدليل السياحي أو مكتب إجار السيارات. وتشير الأمثلة التي ذكرت أخيرا إلى الخدمات القياسية والعمليات في الفندق، مثل تسجيل الوصول، والمغادرة، ووظائف أمين الصندوق، وتنظيم النقل، مقترحات مطاعم والمعالم السياحية أو التنقلات العامة (لاوسون، 2007، ص. 199).

بما أن البهو هو المكان الرئيسي للضيوف والموظفين، من الضروري أن ينجح المصممون في تحقيق التوازن بين التصميم الداخلي الجمالي والاحتياجات العملية لتجنب الكثير من حركة المرور البشري، والضوضاء، وتعطل عملية تدفق الدخول والخروج. (لاوسون 2007، ص. 213، 220؛ كولينز، 2001، ص. 59؛ موندي، 2008).

إذا لم يتم التعرف على هذه المخاطر وتوقعها في مرحلة مبكرة، لن تكون الكفاءة الوظيفية فحسب محدودة، ولكن أيضا سينخفض مستوى رضا العملاء عموما كما ومن غير المرجح أن يقضي الضيوف المزيد من الوقت في البهو كما هو ضروري. وستتم مناقشة تصورات العملاء، وخبراتهم، وسلوكهم بمزيد من التفصيل في فقرة أخرى من هذا الفصل.

توفر بهو الفندق للضيف شعور بالوصول إلى وجهة السفر. (بيرنز، 1997، ص. xiii). حتى أن بيرينز (1997، ص. xiii) يدعو بهو الفندق "وجهة في حد ذاتها"، وهذا يعني أنه فور دخول الفندق عليك أن تدع الضيف يغوص في عالم آخر ويعجب بالتصميم الداخلي، والجو، والمحيط. هناك ضيوف مختلفين يأتون إلى فنادق مختلفة لأسباب متنوعة، وباحثيات ورغبات مختلفة. (كورتيس 2001، ص. 7) اعتمادا على الغرض من السفر، ينبغي التعرف على ضروريات الضيوف ورغباتهم وتنفيذها ليس فقط أثناء تقديم الخدمات، ولكن أيضا من خلال تصميم البهو.

المسافر بغرض الترفيه، على سبيل المثال، ينبغي أن يكون استقباله داعيا للاسترخاء، مرحبا، دافئا، واستثنائي. نزلاء الترفيه يرغبون في تجربة شيء غير عادي وغريب، ببساطة شيء يساعدهم على الفرار من حياتهم الطبيعية (يشير، وقال كورتيس (2001، ص. 7) خاصة إلى المنتجعات). المسافرون بغرض العمل من ناحية أخرى، يحتاجون إلى طريقة حديثة وأكثر كفاءة وفعالية للخدمة، والتصميم، والمعدات.

وعلاوة على ذلك، فإن احتياجات المسافرين أثناء نزهة في المدينة يمكن أن تقع في منتصف المثاليين المذكورين أعلاه من السياح. فهم يريدون خدمة صادقة وودية مع لمسة من ثقافة المدينة. (كورتيس، 2001، ص. 7) لا جدال في أن الفنادق تحتاج إلى تحديد السوق المستهدفة للتركيز على شريحة خاصة لتقديم الخدمات اللازمة. هذا المفهوم يجب أن ينعكس أيضا في تصميم البهو. على المصممين والمدراء تحديد الخدمة المناسبة، والتي يمكن تقديمها بالقرب من منطقة الاستقبال، بحيث يمكن للنزلاء العودة إلى البهو، وقضاء بعض الوقت هناك واستخدام الخدمات والمرافق المقدمة.

يعرف موندي (2008) البهو بأنه "مساحة متعددة الأغراض"، مشيرا إلى مختلف الخدمات، والتي يتم تقديمها في البهو. وقد سبق ذكر الخدمات العملية الثابتة التي تتواجد في مكتب الاستقبال والمكاتب الداعمة، مثل بيل الكابتن. وهناك أيضا الخدمات المعتادة الأخرى، كما حدد لاوسون (2007، ص. 203)، صالة البهو، وحجرات إيداع القبعات والمعاطف، والمراحيض، والهواتف المنزلية، والمحلات التجارية، وصناديق العرض، والفيتريانات، كذلك رفوف لكتيبات الفندق والمعلومات المحلية، أو لافتات تنبيه. كما وأضاف منفذ (2008) الوصول إلى الإنترنت، وأجهزة التلفزيون، ومحلات البيع بالتجزئة كخدمات يوفرها الفندق للنزلاء في البهو. في الجزء القادم سيتم عرض تحليلي أكثر تفصيلا للمنتجات والخدمات، التي يمكن العثور عليها في ردهة الفندق والأمثلة المشتقات من الحياة الواقعية.

يقدم بيرينز (1997، ص. xiii) التعريف التالي: "البهو هو حيث يجتمع العالمين العام والخاص." يمكن فهم العبارة كمبدأ لنجاح تصميم بهو جيد. والبهو ليس فقط منطقة وصول، ولكن مكان للتواصل والاختلاط الاجتماعي للنزلاء والضيوف (الزوار) القادمون من الخارج (يمكن العثور على تفصيل مفصل لأهمية الردهة في الفصل 2-3-2 "تطوير بهو الفندق"). لذلك، من الصعب إيجاد توافق جيد بين "الانفتاح والحصرية" (بيرنز، 1997، ص. xiii)، وهذا يعني أن الفنادق والبهو ينبغي أن تندمج بشكل جيد مع بيئتها المحيطة، ولكن أيضا مع توفير جو كيان مغلق - (ملاذا أمانا)، (مندي، 2008، ص. 45) - ودعوة الضيوف للغوص في عالم آخر. إذا تم فهم وتنفيذ هذا المبدأ بصورة سليمة من قبل الفندق، سوف يصبح جزءا من المشهد المدني وسيأتي الناس إليه "ليروا بأنفسهم ولتتم رؤيتهم". (بيرنز، 1997، ص. xv) و بالنتيجة سيحظى هذا الفندق بسمعة وصورة جيدتين.

2-3-2 تطور بهو الفندق

قدم الجزء السابق أول نظرة على تعريفات بهو الفندق، أغراضه وتأثيراته على العملاء. بينما سيركز هذا الجزء على تغير أهمية البهو، مظهره واستراتيجيات التصميم، على مدى العقود الماضية، عن طريق الوسائل البصرية. كذلك، فإنه يعطي نظرة على الكيفية التي يخطط ويعمل بها المصمم على استراتيجيات تصميم البهو والمقيدات التي قد تحدث. ينتهي الفصل مع لمحة تاريخية ونقاط أساسية تركز على التغييرات في تصميم الفندق والبهو.

2-3-2-1 تصميم البهو - منظور المصمم

عرف رانسيليو إنغرام (2004، ص. 44) التصميم من خلال البيان التالي: "يتضمن التصميم التخطيط والرسم وترتيب المكونات، وتمثل عملية التصميم تحويل المشروع من الأفكار إلى الرسومات والواقع". التصميم هو أداة قوية جدا ومؤثرة للتلاعب بسلوك العميل، وخبرته، ورضاه، كما تم شرحه في الجزء السابق 1-3-2 بهو الفندق - التعاريف، الأغراض، والآثار. ومع ذلك، فإن ابتكار بيئة خدمة ناجحة هي مهمة صعبة نوعا ما على المصمم. سيشرح هذا الجزء دور المصمم ومكونات التصميم، والميزات المهمة لتصميم البهو.

يحتاج المصمم للعمل بشكل وثيق مع المالكين و المدراء أو المنظمات صاحبة الملكية، وكذلك مع فرق إدارة التطوير والعلامة التجارية. فمن الضروري للمصمم معرفة الإطار، والظروف، وأية عناصر تصميم موحدة تتبع لعلامة تجارية قبل بدء عملية التخطيط (رانسلو إنغرام 2004، ص 43-45). وخاصة لمالكي سلسلة الفنادق، يحتاج المصمم إلى فهم أن "الأهداف التجارية لعملية التصميم يجب أن تكون لتحقيق أقصى قدر من الاستثمار الرأسمالي والعائد المالي للمالكين، بدلا من ارضاء رغبات ومشاعر المصمم الفنية". (رانسلو إنغرام 2004، ص. 44) ومع ذلك، فقد تغير هذا النهج قليلا، لأن فنادق البوتيكات (مصطلح "فندق بوتيك Boutique hotel") والتصميم تركز بقوة على التصاميم الفردية، الخاصة، والفنية. بطبيعة الحال، الميزانية هي مصدر قلق لا غنى عنه في عملية تصميم كل نوع من أنواع الفنادق. سلاسل الفنادق الناجحة تميل إلى امتلاك مزيد من الميزانيات لتصاميم فنادقها. ومع ذلك، فإن النهج الموحد والأساسي مرحب به في مثل هذه الملكيات. وعادة ما يركز أصحاب الثروة الأفراد على نهج التصاميم الباهظة، في حين أن الملكيات المستقلة عادة ما يتاح لها ميزانيات أقل (باويو بوتل، 2004). والأهم من ذلك، يجب تحديد الميزانية قبل بدء عملية التصميم، بما أنها مهمة ضرورية وحيوية لأي ملكية فندق. إلى جانب الميزانية، الجانب الأكثر أهمية عند إنشاء تصميم الفندق هو التركيز على احتياجات ورغبات العملاء. ومن شأن إعطاء الأولوية لوجهات نظر العملاء أن يؤدي إلى نجاح مالي نظرا لرضى العملاء وتكرارهم سلوك الشراء (رانسلو إنغرام، 2004، ص. 44). يمكن أن نلخص أن المصمم مقيد في عمله في ثلاثة مجالات رئيسية تم توضيحها في الشكل (1-2) :

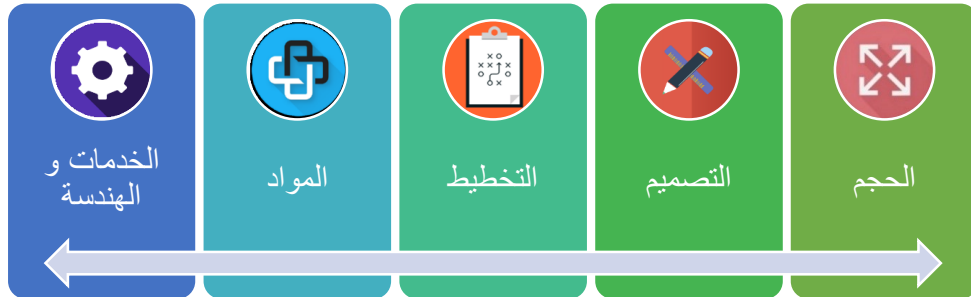


شكل (1-2) الثلاثة مجالات الرئيسة المقيدة للمصمم (المصدر : الباحث)

- الموقع و اعتبارات موقع العمل (مثل المساحة، محيط، نوع المباني، قيود التنمية).
- السوق ومتطلبات العمال (التسهيلات، وطريقة الاستخدام، وسياسة الشركة، ومدى استخدام التصاميم الموحدة).
- التكلفة والوقت (مستوى التعقيد، وحدود التكلفة، ومعايير الاستثمار، ومتطلبات البرنامج).

على الرغم من كل ذلك إلا أن المصمم الناجح، قادر على تطوير الحلول رغم وجود القيود المختلفة، والتي قد تحدث (لوسون 2007، ص. 39؛ رانسليو إنغرام 2004، ص. 47). بعد تحديد وشرح القضايا التنظيمية والإطار الأساسي للمفهوم، قد يبدأ المصمم عملية التصميم. وتشمل مسؤولياته الأساسية: تخطيط المساحة، الشكل واللون، التشطيبات والمتانة، والإضاءة، والأنظمة السمعية والبصرية، والتكنولوجيا، والتكاليف. المصمم هو الرابط "بين شكل البناء، والهيكل، وخدمات البناء، والعمليات، من أجل تحويل المفهوم إلى واقع". (رانسليو إنغرام، 2004، ص. 45). المهمة الأكثر أهمية للمصمم هو خلق توازن بين الصورة، والأسلوب، والكفاءة في العمل، وراحة العملاء. "الصورة والأسلوب هما الوسيلة التي من خلالها ترسل منظمة الرسائل، مثل هوية العلامة التجارية أو الجودة، في حين أن الكفاءة في العمل وراحة العميل هي اعتبارات عملية وأكثر واقعية" (رانسليو و إنغرام، 2004، صفحة 44). عموماً، يتضمن التصميم البيئية الخارجية والداخلية؛ ومع ذلك، يركز هذه البحث على تصميم الردهة، وبالتالي خلق البيئة الداخلية.

عند تطوير بهو فندق يحتاج المصمم إلى أخذ المكونات والميزات الموضحة في الشكل (2-2) بعين الاعتبار:



شكل (2-2) المكونات و المميزات اللتي يجب وضعها في عين الاعتبار عند التصميم (لوسون 2007، ص. 199-205) (المصدر : الباحث)

كما سابقا في بهو الفندق - التعاريف، الأغراض، والآثار ، يمثل بهو الفندق مركز الأنشطة الفندقية ويعمل كطريق مرور للمرافق العامة أو غرف النزلاء، كمنطقة انتظار أو مكان اجتماعي. يشمل مفهوم "الفضاء المشترك" الحانات، والصالات ومحلات البيع بالتجزئة، وما إلى ذلك في منطقة البهو، وبالتالي، يضيف مساحة إضافية، واستخدام، ونشاط إلى البهو. (روتس وآخرون 2001، ص. 283)

- **العنصر الأول الحجم** يعتمد حجم بهو الفندق على فئة والبعد الخاص بالملكية العامة. كقاعدة عامة، يمكن حساب حجم بهو فندق في المدينة، على سبيل المثال، على أنها $1m^2$ / غرفة (مع استثناء المكاتب الخلفية). (لوسون، 2007، ص. 199 - 200).
- **العنصر الثاني تصميم البهو** هو التصميم نفسه، والذي يحدد نمط و طابع الفندق. قبل أن يقرر المصمم الأثاث والمعدات والألوان، والأقمشة إلخ..، التي يجب أن توجد في البهو، من الضروري أن يحدد الجو والصورة التي ستميز البهو. وكذلك، ينبغي أن يكون البهو تمثيلا لعلامة الفندق التجارية من خلال أبعاد بيئة الخدمة (Services cap) الثلاثة وهي كما تم عرضها في الشكل (2-3):



شكل (2-3) ابعاد بيئة الخدمة الثلاثة (المصدر : الباحث)
الظروف المحيطة / التخطيط المكاني والوظيفة / العلامات، الرموز والتحف

- علاوة على ذلك، ينبغي أن تكون الواجهة في البهو من خلال التصميم، والأعمال الفنية المحلية، والألوان، والخصائص التمثيلية، وما إلى ذلك. (لوسون 2007، ص. 199 - 201).
- **العنصر الثالث التخطيط** وتشمل أهداف التخطيط متابعة مكتب الاستقبال، والجرس، ومنطقة الجلوس، والمداخل، والوصول للمكاتب، ومصاعد الضيوف، وتحديد مسارات الحركة في بهو الفندق. وهذه المتطلبات عادة ما تكون مماثلة لجميع أنواع ملكيات الفندق، ولكن قد تختلف وفقا لعروض البهو(مساحة التجزئة، غرف تعليق الملابس، وغيرها من الخدمات الاختيارية). (روتس وآخرون 2001، ص. 284).
- **العنصر الرابع** في تصميم البهو المواد. وتشمل مواد البهو مواد الأرضيات، والجدران، وبناء السقف، وفواصل المساحة. يجب أن يكون أسلوبها وتخطيطها متوافقا مع صورة التصميم العام. نظرا للحاجة إلى استخدام مرن نسبيا للمساحة وبالتالي التغيير المتكرر للمواد (تجديدات طفيفة كل 3-5 سنوات، وتجديدات كبيرة كل 10 سنوات)، ينبغي أن يسهل العمل والتحرك فيها، أن تكون قابلة للتبديل. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي أن تؤخذ لوائح السلامة عند الحريق في الاعتبار. (لوسون 2007، ص. 204).

• **العنصر الخامس** الخدمات الهندسية والمعدات، مثل الإضاءة والتدفئة والتهوية والتكييف، والحماية من الحرائق، والأمن، أو الكهرباء، تحتاج إلى أن تضاف بحرص إلى تصميم البهو. وعلاوة على ذلك، سوف تتأثر الكفاءة والأعمال بطريقة وضع المعدات وبالتالي يعتبر تحديد الموقع جزءاً حيوياً في تصميم البهو. (لوسون 2007، ص. 204 - 205).

بشكل حاسم، يحتاج المصمم الداخلي أن يقرر مقياس وجو، وصورة البهو ضمن قيود معينة لا يمكن السيطرة عليها. ويمكن تفسير التصميم بوصفه الرسالة الملموسة من أجواء منتج الضيافة. وعلاوة على ذلك، فإن دور المصمم لا يقتصر على كونه خلاقاً ومبتكراً، وفناناً من حيث اختيار الألوان والأثاث والمواد، والاكسسوارات وغيرها، ولكن أيضاً البحث في مكونات أخرى، مثل أنماط تحركات الضيوف، والاتجاهات، والتعامل مع الأمتعة، والإضاءة، والأمن، والحماية من الحرائق، على سبيل المثال لا الحصر. أهم مهمة ناجحة لمصمم هو تحقيق التوازن بين تاتأثيرات البصرية والوظائف.

وفي هذا الصدد يقول كولينز (2001، ص. 60): "المهمة، إذن، لمصمم بهو الفندق الجديدة هو أن يكون مبتكراً و ذا خيال خصب، وقبل كل شيء، أن يكون قادراً على توفيق قضايا الميزانية، والوظائف، والمساحة والحجم من أجل خلق أقصى قدر من التأثير".

2-2-3-2 الترتيب الزمني للفنادق و تصميم البهو **(أ) البدايات – القرن التاسع عشر و الثامن عشر**

الفكرة الأساسية للفنادق، وهي البقاء ليلية بعيداً عن المنزل، يعود إلى العصور القديمة. في اليونان القديمة أو إيطاليا على سبيل المثال، لازال هناك ما يسمى بالمنازل الداخلية، فضلاً عن المنتجعات في الينابيع المعدنية والساخنة، جميعها موجودة. بينما استوعبت الأديرة في العصور الوسطى المسافرين. كانت الفنادق الصغيرة وبيوت الضيافة والنوادي هي الفنادق الأوروبية الأولى وكانت تركز على توفير مكان للنوم ومعاودة السفر في اليوم التالي. (روتز وآخرون 2001، ص 7 - 8؛ كولينز 2001، ص. 13) الأحداث التاريخية والثورات لها تأثير على السكان وعادة ما تسبب تغييرات سياسية واجتماعية. (كولينز 2001، ص. 14). كان هذا هو الحال بعد الثورة الصناعية في 1790 والتي سببت في انطلاق ثورة الفنادق في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية (روتز وآخرون، 2001، ص. 8). الكثير من القلاع والقصور في أوروبا تم تحويلها لفنادق للطبقة العليا.

كانت هذه بداية ما يسمى بالفنادق الكبرى (غراند هوتيلز). (كولينز 2001، ص. 14) تم تصميم هذه الفنادق بواسطة عناصر ثرية، و ضخمة، وفخمة وقامت بارضاء حاجة مختلفة تماماً للمسافرين، وهي الحاجة إلى الهرب من الحياة اليومية. (كولينز 2001، ص 13-14) قدم القرن التاسع عشر ابتكارات صناعية واجتماعية جديدة، مثل السكك الحديدية، والأحداث الكبيرة (على سبيل المثال في باريس 1889)، والتي حفزت المطورين لبناء الفنادق في تلك المنطقة. (روتز وآخرون 2001، ص 9؛ كولينز 2001، ص 15). صنع الريادي توماس كوك ثورة في السفر الخارجي، عندما قدم لأول مرة جولة مصحوبة بمرشدين للسكان الذين في الغالب كانوا من ذوي الإمتيازات. (كولينز 2001، ص. 17) وتبعه المزيد من منظمي الرحلات السياحية الأخرى وكشفوا بالتالي السفر إلى الخارج لجمهور أوسع، ومن العامة (كولينز 2001، ص. 17). وبسبب هذا الاهتمام المتزايد بالبلدان الأخرى والثقافات، والهدايا التذكارية، واللوحات، والأفكار التي تؤخذ للمنزل وبالتالي عززت الاتجاه النيوكلاسيكي في تصميم الفندق (كولينز 2001، ص 15-16).

(ب) التصميم المعاصر – القرن العشرين

كما تم تفصيلها وتقييمها في بهو الفندق – تعريف، أغراض، و آثار، يحدد بهو الفندق نمط وأجواء وصورة الفندق وتخلق انطباعاً أول لا يندى لضيف الفندق. كان هذا المفهوم معروفاً بالفعل ومتبعاً في بداية القرن العشرين. حوالي 1900 و 1990، كانت مداخل الفنادق وردهاته ذات نمط أنيق ورائع، ولكن ليس بتلك الصورة التي ترهق الضيف. وكان ينظر إلى هذا التوجه حيث يكون تصميم البهو محافظاً. إلا أنه في 1920 و 1930، نفذت ما تسمى بالفنادق الكبرى، مداخل أمامية و بهو ثري و براق وباهظ دون تردد في

تقديم عناصر تصميم درامية وفخمة. (روتس وآخرون، 2001، ص. 24). وتعرف هذه الظاهرة من قبل روتس وآخرون (2001، ص. 10) على أنها "ازدهار الفنادق رقم 1" وتم تعزيزها من خلال الانتعاش الاقتصادي خلال تلك السنوات. البهو كمكان "لتراه ولتتم رؤيتك فيه" (بيرنز، 1997، ص. 15) كان شعار بهو الفنادق في ذلك الوقت. وعلى النقيض من الفنادق الكبرى، تم افتتاح أول فنادق التصميم خلال العشرينات، عندما غزا نمط جديد عالم المصممين بعد المعرض (معرض الفنون) في باريس عام 1925. كان أسلوب آرديكو حديثاً، ومبتكراً، واتجاه تصميم مقبول ومحبوب من قبل جمهور واسع (بيرنز، 1997، ص. 103). لسوء الحظ، تم تجديد معظم الفنادق الشهيرة من ذلك الوقت وتحديثها خلال العقود المقبلة من القرن العشرين، مثل والدور فاستوريا في مدينة نيويورك. انظر الشكل رقم (2-4)



شكل رقم (2-4) البهو في والدور فاستوريا، مدينة نيويورك
(المصدر : موقع الفندق الإلكتروني 12.03.2017)

ما تبقى من عناصر تصميم آرديكو يمكن ملاحظتها جزئياً في الهندسة المعمارية الخارجية وبهو الفندق (بيرنز، 1997، ص. 104). كما يلعب التاريخ دوراً أساسياً في تحديد احتياجات وسلوك المستهلك، كانت الثلاثينات أوقاتاً صعبة بالنسبة لسكان العالم بسبب الاكتئاب العظيم والحظر (روتز وآخرون 2001، ص. 10). ولذلك، تلاشت ضجة المناطق العامة الباهظة وأصبح اتجاه الغرف والأجنحة الفاخرة أكثر شهرة. ومع ذلك، استمر تجديد فندق والدور فاستوريا الجديد في مدينة نيويورك خلال تلك الفترة وفتحت أبوابها في عام 1931 (انظر الصورة السابقة).

وكان هذا الحدث نهضة لبهو الفنادق الشاملة التصميم (روتس وآخرون، 2001، ص. 24). بعد سنوات الهدوء في الأربعينات، حدد روتس وآخرون (2001، ص. 10) ازدهار الفنادق رقم 2 في الخمسينات بسبب "التعليم الموسع والسفر الجماعي". ويمكن تلخيص هذا العقد باعتباره تحسناً وبصورة رئيسية في صناعة المنتجات بسبب الطلب الواسع على العطل الصيفية.

واحدة من المعالم في تصميم الردهة، التي بدأت في الستينات، لنكون أكثر دقة في عام 1967، عندما نفذ حياة ريجنسي أتلانتا انظر الشكل رقم (2-5)



شكل رقم (2-5) البهو في فندق حيات ريجنسي، أتلانتا
(المصدر : موقع الفندق الإلكتروني 12.03.2017)

تصميما مذهلا للبهو (روتز وآخرون 2001، ص. 24، 283). يوفر مدخل البهو شعورا بالراحة والانفتاح نظرا للسقوف العالية جدا و الإنبهار بسبب العمارة الإستثنائية. حتى اليوم، تميل فنادق حياة إلى اتباع هذه الاستراتيجية في التصميم، كما يمكن أن نرى ذلك أيضا في جراند حياة شنغهاي (الذي بني في 2000)، والذي يسجل أطول بهو في العالم (روتس وآخرون 2001، ص. 210). وبالتأكيد، نسخت فنادق أخرى هذا النوع الجديد من تصميم "الشكل الدراماتيكي لردهة وسط المدينة" (روتس وآخرون 2001، ص 24). حتى ذلك الوقت، وفي الخمسينات والستينات، كان هناك اتجاه نحو البهو الإقتصادي والأصغر حجما. ولكن سمحت فترات السبعينات بإحياء تصميم البهو الكبير والمدهشة ليس فقط في فنادق المدينة، ولكن أيضا في فنادق المنتجعات، والضواحي والمطار (روتس وآخرون، 2001، ص. 283). وعلاوة على ذلك، عزز هذا العقد توسع الفنادق في الشرق الأوسط بسبب ازدهار النفط والسوق الصينية نظرا لفتح الأبواب للسياح الأجانب (روتس وآخرون 2001، ص 10، 282). وعلاوة على ذلك، أصبح تجديد مرافق فندق قديم أمرا ذا شعبية كبيرة. شكلت الثمانينات عقدا من الفنادق الجديدة في جميع أنحاء العالم، وبالتالي ازدهار الفنادق رقم 3، كما قيم روتس وآخرون. (2001، الصفحة 11).

وبما أن بهو الفندق أصبح مفتوح، وعظيم، وموحد، وخاصة في سلسلة الفنادق التي انشأت في خلال 1970، كان لهذا التطور أثر سلبي نوعا ما على تصور العملاء في الثمانينات والتسعينات، لأنهم شعروا بذلك الافتقار إلى النزعة الفردية والدفع.

ولهذا السبب، كان هناك اتجاه جديد ظهر في العقدين الأخيرين من القرن العشرين. ركز المطورون والمصممون "على مساحات داخلية أكثر حميمية وخاصة في الأجنحة الفخمة، وقاعات المؤتمرات" (روتس وآخرون، 2001، ص. 283). وعلاوة على ذلك، انتقلت ميزانية التصميم الداخلي إلى مواد ذات جودة عالية، والإضاءة، والعمل الفني لتحقيق شعور العظمة " (روتس وآخرون، 2001، ص 24).

وحدث حدث مهم آخر في تصميم الفندق في عام 1984، عندما ذكر مصطلح "فندق بوتيك Boutique hotel" لأول مرة من قبل ايان شراجر وشريكه في وقت لاحق ستيف روبيل. (روتس وآخرون. 2001، ص. 26). أعاد ايان شراجر والمصمم الداخلي أندري بوتمان تصميم فندق "مورغانز" في مدينة نيويورك، وبالتالي كان "أول فندق يركز على تجربة تصميم الفندق من الداخل" (كورتيس 2001، ص. 8). كان هذا مفهوما جديدا تماما من تصميم الفندق، "يتميز بالخدمة الشخصية وأجواء المنزل بعيدا عن المنزل الحقيقي في اطار من الأناقة الخالدة" (مجموعة ماديسون إل إل سي، 2000، 2001). كانت فنادق البوتيك بشكل عام في العقود الأخيرة من القرن العشرين طريقة عصرية جدا للجمع بين الجوانب التالية في فندق واحد: "الموضة، السحر، النمط، الأناقة، الروعة، التميز، الإمتياز." (روتس وآخرون، 2001، ص 27). من المثير للاهتمام أن نذكر هنا أن الردهة في "مورغانز" لم يتم تصميمها كمركز لجذب لنزلاء الفندق على الإطلاق. كانت بالأحرى تعتبر مدخل وقاعة تداول. وتم الاعتراف بأهمية البهو في العقد التالي.

باختصار، خضع تصميم البهو للكثير من الاتجاهات، والسرعات وإعادة الاختراع في القرن العشرين. ومع ذلك، لا جدال في أن البهو يلتقط الضيوف من أول ثانية يدخل فيها الفندق، وبالتالي فهي جزء حاسم من تجربة الفندق العامة.

(ج) التصميم المعاصر – القرن الواحد والعشرون

كلما أصبحت احتياجات وتوقعات العملاء أكثر فردية وتطورا، كلما صعب ارضائهم. تؤدي العديد من الآراء أو الأنواق المختلفة إلى نتائج عديدة ومردود التصميم، وعروض الخدمات، والمفاهيم. يجري الكثير من النقاش في المراجع حول ماهية التصميم المعاصر وما لذي يريده عميل القرن 21 حقا. ويحاول هذا الجزء الفرعي إعطاء نظرة عامة على مختلف آراء ومعتقدات وتفسيرات تصميم بهو الفندق المعاصر. إن صناعة الضيافة غير متجانسة للغاية في تطورها، وتصميمها، واتجاهاتها. بعبارة أخرى، التنوع هو واحد من الخصائص الرئيسية في هذه الصناعة. (كريتشمار-جونك وجونك، 2009، ص 11) وقد ركزت عدة كتب، تم العثور عليها خلال عملية البحث، على مختلف مواضيع ثيمات تصميم الفنادق. والتي قد

تساعد على فهم أفضل للتنوع وصعوبة تصنيف تصاميم الفندق المعاصر. على سبيل المثال: كورتيس (2001) قسمت كتابها إلى الفصول الرئيسية التالية: "المدينة المعاصرة" ("فنادق المدينة مع عمل دقيق وفاخر")، "الحميمة"، "الفندق كمسرح" "الجديد لأجل القديم: إعادة الاستخدام القابلة للتكيف" أو "كلاسيكيات جديدة".

ومع ذلك، ركز ريولدت (2002) على "الحدث الجمالية"، "البذخ الحنين"، "الخيال المسرف" و "الحصرية الغريبة". هذه الطرق المتنوعة لإعطاء أسماء لتصميم الفندق المعاصر تظهر أن إيجاد فئات مناسبة في هذا السياق هو مهمة صعبة نوعا ما. خصوصا في الوقت الحاضر حيث تنخفض القيود، والحدود، أو المحجبات في تطور التصميم، وبالتالي تزداد الفرص والتحديات، ومن ثم التنوع. ويلخص كريتشمار-جونكوجونك (2009، ص. 70) أن نجاح التصميم المعاصر يكمن في "مصادقية وأصالة قصة المنتج". وعلاوة على ذلك، فإنه يحاول تجنب الفن "المبهرج والرخيص" ويركز على النقاء والحقيقة والجمال (كريتشمار-جونكوجونك، 2009، ص. 7).

أساس التصميم المعاصر هو الأفكار الإبداعية التي تجذب خيال العملاء بعاطفة نحو التصميم والمناطق المحيطة به. (كريتشمار-جونك أند جونك، 2009، ص. 7). استخدم ريولدت (2002، صفحة 6) الاستعارة التالية لوصف تصميم الفندق المعاصر: "مشهد الفندق اليوم يشبه قطعة شوكولاتة مربعة - مليئة بالحلويات اللذيذة، والتي تقدم للمسافرين من رجال الأعمال والعطلات على حد سواء خيارات لذيذة بصورة مؤلمة".

ويؤكد هذا البيان الرئيسي المذكور أعلاه سمة صناعة الفنادق الحديثة، وهي التنوع. ويسلط كولينز (2001، ص. 14) الضوء أيضا على اعتبار التنوع في التصميم، والهندسة المعمارية، والخدمة، ولكن يوسع فكرة التصميم المعاصر بالقول أن الفكر المتبادل في الفندق الحديث هو الهروب. ويوضح كذلك أنه هذا العامل لا يصف رغبة العميل فقط في الفرار من الحياة اليومية، ولكن أيضا السماح للضيف الغوص في عالم آخر من خلال تجربة نمط حياة جديد غير شائع.

يذهب ريولدت (2002، ص. 7) بعيدا في هذا السياق، ويذكر أن "يصبح الفندق مرحا، صالة أفلام، مكان للضيوف حيث يمكن أن يحققوا رغباتهم ويتعلموا المزيد عن أنفسهم". إيان شراجر، الذي صاغ هذا المصطلح "فنادق البوتيك" في الثمانينات، قام بمقارنة المناطق المختلفة في فندق مع مسرحية: "البهو هو التمهيد، الفصل الأول من دراما الفندق، التي تنتهي في غرف الضيوف الفردية" (ريولدت 2002، ص. 9) نظرا لتأثير وسائل الإعلام غير العادي على خيالنا، والإبداع، والإدراك، توقعاتنا عن العالم الحقيقي قد تغيرت أيضا.

العميل من القرن ال 21 يحتاج الترفيه، والإثارة، والأزياء، والتكنولوجيا من ناحية، والهدوء، والإسترخاء، والتدليل من جهة أخرى. اجمع بين احتياجات العملاء ورغباتهم تحت سقف واحد، وستبني فندقا معاصرا (ريولدت 2002، ص. 6 - 7).

يريد العميل الحديث أن يكون ضمن رحلة عاطفية للحواس والصور القوية والتعبير النقي. وهذه العناصر مكونات هامة في التصميم المعاصر (ريولدت 2002، ص. 8). تطور أساسي آخر في التصميم المعاصر هو مبنى الفندق نفسه. لقد أصبح من القديم بناء فندق لاستخدام واحد، والذي يستخدم بالكامل للسكن وأغراض المؤتمرات. في الوقت الحاضر، الفنادق هي جزء من المناطق المدنية المحيطة بها وتعمل كمركز جذب للمدينة، حيث يمكن للضيوف القادمين من الخارج الالتقاء، والتواصل بغرض العمل، والاختلاط، والاستمتاع بوقتهم. (ريولدت 2002، ص. 10). لا يوجد سوى عدد قليل من الفنادق التقليدية والمحافظة في المدينة، والتي لا تزال تعبر عن الفكرة الأساسية للخصوصية الفاخرة، ومفصلة عن أي اتصال بالعالم الخارجي.

واحدة من أهم جوانب التصميم المعاصر هو أن يحاول تصميم الفندق وخاصة تصميم البهو لاحتضان الثقافة المحلية، وبالتالي يقدم الرسالة الخارجية عبر الداخلية، وهذا يعني أن الهدف هو إعطاء التصميم الداخلي لمسة من الثقافة المحلية المحيطة بالفندق.

بشكل حاسم، التصميم المعاصر هو تفاعل بين خلق مغامرة عاطفية وتجربة إبداعية عبر ادخال المحيط الطبيعي، مثل: الإضاءة الطبيعية، مخططات ألوان ناعمة/ترابية، والأهم من ذلك الثقافة نفسها. هناك

استثناءات للقاعدة: بالتأكيد، خلق تجربة غير عادية يحتاج إلى عناصر رائعة، واستثنائية، أو حتى غريبة. ومع ذلك، من الضروري أن يتبع تصميم الفندق عموماً الاتساق في كل جانب من جوانب الفندق، مثل التصميم والأثاث والمعدات، فضلاً عن عمليات الخدمة.

3-3-2 الاتجاهات المستقبلية في تصميم البهو

كما شهد قارئ هذه الورقة في الفصول الماضية مراحل مختلفة و تطورات تصميم الفندق والبهو على مر القرون، بالإضافة إلى الاستراتيجيات المعاصرة، فقد حان الوقت أن ننظر إلى الأمام. وسيعطي هذا الفصل مقدمة موجزة للاتجاهات والتطورات المستقبلية في تصميم البهو. لنكون قادرين على التنبؤ بالمستقبل، فمن الضروري أن نلخص باختصار التطورات الماضية والحالية.

في الجزء السابق الترتيب الزمني للفندق وتصميم الردهة، وجد أن التطورات والاختراعات (مثل السكك الحديدية والسيارات والنقل الجوي)، والأحداث الكبرى (مثل المعارض العالمية، الحروب، الاضطرابات السياسية، الأوقات الاقتصادية الصعبة والصعبة)، أو التقدم التكنولوجي (مثل نظم حفظ وإدارة العائد) أثرت وبشدة على مطالب العملاء، وبالتالي تصميم الفندق.

وعلاوة على ذلك، التطورات الاجتماعية الثقافية، بمعنى تغيير نمط الحياة، والرغبات، أو النظرة الشخصية والآراء، جميعها لديها سيطرة كبيرة على التصميم. ومن المتوقع أن تظل تلك العوامل مؤثرة وقوية في التطور المستقبلي للتصميم. وقد تغيرت هياكل الصناعة مع مرور الوقت من الملكية، التي مثلت رجل الأعمال الثري المرموق حتى بداية القرن العشرين، ثم ظهرت قوى ومجموعات من المدراء (مثل فنادق ومنتجعات ستاروود)، إلى مقدمي الخدمات والإدارة (مثل فورسيزونز).

وعلاوة على ذلك، يظهر اتجاه أن كبار المدراء يغادرون الملكيات ليصبحوا مديري شركات، وكذلك هناك تحول من التركيز على الضيافة إلى الأرباح. وتحدد هذه الحركة أساساً من خلال التعاون القوي بين إدارة الأصول وتكنولوجيا الغلة. (رانسيلي أند إنغرام، 2004، ص. 300-301).

في سوق الغد التنافسية للإقامة المؤقتة ستصبح اللمس الشخصية، والعقلية والطابع الفردي للفندق عوامل حاسمة في تأمين وخدمة العملاء، والمجموعات والضيوف المستهدفين" (كريتسشمار-جونك و جونك، 2009، ص. 11) مع نمو سوق الضيافة بشكل ملحوظ كل عام، يصعب على العميل الاختيار من بين العروض المتاحة. لذلك، تحتاج الفنادق إلى تحديد سوقها المستهدفة، وميزاتها التنافسية، وصورتها.

يريد الزبائن أن يعرفوا ما يتوقعونه، أن يدفعوا سعراً عادلاً للخدمات، وهم حريصون على أن يكون مضيافهم موثوقاً به. (كولينز، 2001، ص. 213-215) إذا فهم الفندق احتياجات عملائه، وتتجاوز توقعاتهم بطريقة إيجابية، والفندق في طريقه إلى نجاح. نهج معاصر لمعرفة ما يريده العملاء حقاً، هي وسائل الاعلام الاجتماعية المنصات. إن منصات شبكات التواصل الاجتماعي هي طريقة حديثة لمعرفة ما يريده العملاء حقاً. لهذه المجتمعات على الانترنت تأثير كبير على صناعة الضيافة وسيظل هذا التأثير. (كريتسشمار-جونك أند جونك، 2009، ص. 14) الاستدامة والإشراف هما النهجان الحاليان والمستقبليان في صناعة الضيافة.

تحتاج الفنادق إلى زيادة الوعي والإجراءات في هذا المجال، بما أن العملاء أكثر تعليماً ودراسة به، ويظهرون مشاركة واعية ونشطة. وعلاوة على ذلك، فإن الاهتمام العالمي والبيئي سيزيد من الصورة الإيجابية للفندق. "إن إدارة الطاقة الذكية والفعالة ستكون سمة مميزة أخرى من سمات فنادق المستقبل المتطلعة و الأنيقة" (كريتسشمار-جونك أند جونك، 2009، ص. 16). صعود فنادق البوتيك والتصميم بخلط تصاميمها الاستثنائية، والخلاقة، والشخصية أدى إلى قطاع فنادق مشهورة وناجحة. ومع ذلك، هناك توجه في المستقبل يظهر تخمة في أنواع الفنادق هذه. (روتس وآخرون، 2001، ص. 34؛ كولينز، 2001، ص. 204). وعلاوة على ذلك، تحاول بعض فنادق البوتيك بصعوبة ابتكار تصميم استثنائي وبيان ذلك أنها تفشل في تحقيق أهدافها. (كولينز، 2001، ص. 214). واصل ريشتر (2009) هذا الفكرة في حديثه عن عناصر التصميم المتكررة والأفكار القديمة، وذكر أن عدد قليل جداً من الفنادق نجحت وسوف تنجح في

خلق تجربة جديدة من خلال التصميم. ويجادل ريشتر (2009) أكثر أن فنادق تصميم في الواقع هي بالفعل قد عفا عليها الزمن و ذات طراز قديم و "الاتجاه الجديد هو فنادق المفهوم " (ص 11). وقيل أن المسافرين يزيد اهتمامهم في تعلم شيء ما خلال العطل. ولذلك، يمكن التعرف على اتجاه جديد عبر إنشاء عناصر "التصميم التجريبي" (ص 11).

وكل شيء يتمحور حول حث الضيوف على المشاركة في التجربة، بدلا من ارهاق النزلاء بالزينة السطحية. وفي هذا الصدد حصلت فنادق دبليو على منحة "مصمم المستقبل" في ميامي وبازل في عام 2010. (ميلز، 2010) كانت المسابقة حول إنشاء حلقات، التي تتوقع المشاركة.

وبيين هذا النهج أنه لا يزال هناك مساحة لتصميم جديد ومبتكر والتجارب الحسية، حيث أن استراتيجيات اضافة العلامة التجارية لم يتم استخدامها بالكامل بعد. ومن الواضح أنه لا يزال هناك اتجاه مستمر نحو بناء وتطوير فنادق البوتيك، لكنها سوف تخفي ببطء في أقرب وقت يطور فيه رجال الأعمال والرواد فكرة ابداعية مختلفة عن تصميم الفنادق (روتس وآخرون، 2001، ص. 35). فكرة مبتكرة مختلفة من تصميم الفندق. ومع ذلك، فإن لمسة بوتيك، وهذا يعني الخدمة الشخصية والفردية للغاية ، ستبقى في عمليات الفنادق في المستقبل.

4-2 الخلاصة

من ما سبق ذكره في هذا الفصل يتضح لنا :

- تصميم بهو الفنادق تطورت خلال منظومة توافقت مع التطور الصناعي و الفكري من القرن الثامن عشر إلى يومنا هذا
- جاءت هذه المنظومة لتعكس كيفية ترجمة عناصر و أسس ومفاهيم التصميم الداخلي عن طريق استخدام النظريات و المدارس المعمارية و تطور فكر المصمم بمعنية التطور الحضاري في التصميم الداخلي للبهو .
- كما تعرفنا على تعاريف بهو الفندق من أكثر من منظور و أغراضها و الآثار النفسية و السايكولوجية على المستخدمين مما قادنا الى :
 - لكل فندق مفهوم وهوية يجب ان تنعكس في التصميم الداخلي لبهو الفندق ، لأن البهو هو نقطة الاتصال و الانطباع الأول الذي يأخذه الزائر عند دخوله الفندق لذلك يجب أن تلبى الغرض المنشود كما أسلفنا بذكر مفاهيم التصميم الداخلي و تعريفه و أهدافه و أسسه و معاييره .
- لقد تعرضنا بالذكر إلى الاتجاهات المستقبلية لتصميم البهو و وجدنا أنها ذات ارتباط مباشر ووثيق بالوضع السياسي و الاقتصادي للمكان و أيضا مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في معرفة أصحاب الفنادق لميول و اذواق و متطلبات الزبائن .
- أن التصميم الداخلي عموما و لبهو الفندق تحديدا غير محكوم بأنماط معينة و إنما هو دائما في حالة تجدد تطور و ابتكار تماشيا مع متطلبات الحياة العصرية و النهضة الحديثة و رغبات الزبائن لتحقيق عنصر الجذب و الرضا .

الفصل الثالث

نماذج لتصميم بهو الفنادق

3-1 مقدمة

من الضروري بعد الاطلاع على التصميم الداخلي وتصميم بهو الفندق في الفصل السابق كان لا بد من دراسة نماذج مشابهة لتصميم بهو الفندق لعرض و معرفة كيفية تطبيق عناصر و أسس التصميم الداخلي من خلال المدارس المعمارية و الفلسفة التصميمية للمصمم و انعكاس ذلك في تحقيق الغرض المرجو. كما هو مفصل في الفصل الثاني أن البهو هو نقطة الاتصال الأولى والانطباع الذي يأخذه الزائر عند دخول الفندق. انها المساحة العامة وخاصة للبهو، التي تحدد لهجة وأسلوب الفندق وتعمل بمثابة عامل تمايز أو ميزة تنافسية لخصائص أخرى في هذه الصناعة . ولذلك، فقد وضعت غالبية الفنادق الكثير من التأكيد على خلق وتصميم بهو متميز وظاهر، ورائع. والهدف من تطوير ابتكارات ومنتجات جديدة لجذب الضيوف لقضاء بعض الوقت في البهو هو اتباع نهج منفتح وحديث، محفوف بالمخاطر قليلا، وذا توجه خلاق نحو تصميم البهو. و بعبارة أخرى، إذا كانت فلسفة الفندق تركز على الخصوصية وعدم الكشف عن هوية النزلاء، لن يكون نهج تصميم البهو المعاصر مناسباً، كونها مكاناً اجتماعياً وتفاعلياً. سوف تقيّم النماذج التالية استراتيجيات تصميم البهو المبتكرة لمجموعه متنوعه من الفنادق صنفت على :

- سلسلة فنادق هي الفنادق التي تملك سلسلة من الفروع حول العالم
- الملكيات الفردية او فنادق البوتيك وهي الفنادق ذات ملكيات فردية

2.3 فندق دبليو / هونغ كونغ

فنادق دبليو تمثل واحدة من استراتيجيات تصميم البهو الحديثة الأكثر تميزاً، من قبل شركة فنادق ومنتجعات ستاروود منذ عام 1998. (فنادق ومنتجعات ستاروود في جميع أنحاء العالم، وشركة دبليو ستايل 2011). وفقاً لموقع دبليو (ستاروود للفنادق والمنتجعات في جميع أنحاء العالم، وشركة دبليو ستايل، 2011)، وتتلخص استراتيجيات تصميمها في الكلمات الأربع التالية: "ملهم. مبدع. مبتكر. مؤثر". تدعو فنادق دبليو منطقة البهو بـ "غرف المعيشة"، والتي لا تعتبر "بهو اعتيادي" (فنادق ومنتجعات ستاروود في جميع أنحاء العالم، شركة دبليو ورس، 2011). "كانت المهمة هي إعادة إنشاء فندق كما كان الحال في الأيام الخوالي حيث رأى المجتمع المحلي [البهو] مكاناً للتسكع. الفندق بأكمله مصمم لإلهام الناس للجلوس والاستمتاع والاسترخاء والإتكاء."

"قال ديان بريسكين، مدير المبيعات والتسويق في فنادق دبليو - هوسمان، 2001) تصف فنادق دبليو تصميم فنادقها بأنها "كتاب قصص من الأساليب": "كل فندق من فنادق دبليو هو فصل جديد في لقاء قصصي من الأسلوب والروح، وكما أخذتنا قصتنا في جميع أنحاء العالم، أنشأنا فنادقنا لتكون فريدة من نوعها وتعبيرات فردية عن السفر الحديث والحياة العصرية" (فنادق ومنتجعات ستاروود في جميع أنحاء العالم، شركة دبليو ستايل، 2011). هذه الفكرة من خلق مثل هذه التجربة الفردية في كل من ممتلكاتهم، مع اضعاف طابع الثقافة المحلية في تصميم الفندق والبهو، ويمثل التصميم المعاصر بامتياز، كما تم وصفه في الفصل السابق . التصميم المعاصر. وعلاوة على ذلك، ترغب فنادق دبليو في اسعاد زوارها "بعالم من التجارب الحسية" من خلال التركيز على الإضاءة، والعمارة المميزة، والفن، والموسيقى. (فنادق ومنتجعات ستاروود، شركة دبليو ستايل، 2011). نوقش الجانب النظري لهذا النهج في الفصل السابق بهو الفندق - التعاريف، الأغراض، والآثار، عندما تكون الظروف المحيطة بعناصر من سيرفيسكيب (Services cap) (البهو). خصوصاً، آثار الإضاءة التي تمثل تجربة حديثة ومتغيرة باستمرار في سيرفيسكيب فندق دبليو. وعلاوة على ذلك، طورت فنادق دبليو "العطر المميز لفنادق دبليو" ، وهو ما يسمى بـ "سيسيليان فغ"، ويمكن أن يوصف بأنه "نقع مع السرو الغني ثم اختتم مع أزهار الليمون الطازج والهيليوترروب الرقيق" (جوليانا، 2010). وبالإضافة إلى ذلك، ترفه ألعاب المجلس المصممة بصورة خاصة للضيوف

خلال اليوم وعروض دي جي حية في المساء، وكلها في غرفة المعيشة كما هو الحال في فندق دبليو هونغ كونغ. "صمم فن العمارة لدينا بالإضافة إلى الراحة والترف والخيال، ليصبح منارة في مدننا، ومركز مدني للثقافة. حيث تجتمع تأثيرات القديم والجديد، والمحلي والعالمي معا في تناغم سلس. تم تصميم فنادق دبليو لتبرز الصفات الأصلية لمواقعنا، وخلق علاقة فريدة ومتوازنة مع بيئتنا." (فنادق ومنتجات ستاروود، شركة دبليو ستايل، 2011).

- باستعراض صور البهو في فندق دبليو هونغ كونغ نجد الاتي :
 - الحائط الرئيسي للبهو وكيفية التجانس في اختار تكسيه الجدران بقطه من الزجاج الملون بزوايه موازيه لزوايه شعار الفندق الموجود في الوسط وترجمت ذلك وكان الشعار جاء مخترقا الحائط الشكل (ب)
 - استخدام لون الخشب يعطي إحساس بالحميمية و الدفء انظر الاشكال من (أ)الي(د)
 - الأثاث المستخدم و تفاصيل الاكسسوارات الرفوف المتداخلة والجلسات المريحة المتنوعة تعزز الطابع الحميمي انظر الاشكال (أ) ، (ب)(د)،
 - تصميم البهو يعتمد على فكره استخدام الإضاءة لتغيير طابع البهو الي ثلاثة اشكال مختلفة خلال اليوم فبالصباح يعتمد على الإضاءة الطبيعية انظر الاشكال (أ)(ب), بعد الظهر تظهر اضاءه ملون متموجة في الجدران و الكاونتر انظر الشكل (ج) اما في المساء يتحول البهو الي مكان مفعم بحيوية حيث الإضاءة الصاخبة و تقدم عروض الموسيقى الحيه مثل عروض الديجي انظر الاشكال (هـ) (و)



(ب) أماكن للجلوس في الردهات

(أ) البهو الرئيسي

(د) منطقه الانتظار العامة

(ج)كاونتر الخدمات

(و) عروض الموسيقى الحية

(هـ)عروض الموسيقى الحية

الشكل رقم (1-3) صور لشكل البهو فندق دبليو / هونغ كونغ
المصدر : الموقع الالكتروني للفندق

3-3 فندق ماريوت / بورتسموث- المملكة المتحدة

شركة ماريوت الدولية ، وخاصة علامتها التجارية الفاخرة ج دبليو والعلامة التجارية المعاصرة بوتيك النهضة قد تطورت وأدخلت مفهوم بهو جديد في عام 2006، وهو المدعو ب"مفهوم الغرفة الكبيرة". (شيهان، 2006). "المفهوم الجديد المصمم بحسب أنماط عمل المسافرين من رجال الأعمال اليوم والتي تستمر لأربعة وعشرون ساعة ولسبعة أيام في الأسبوع، والذين قد يخلطون العمل، بالاسترخاء، والاختلاط الاجتماعي، واللعب طوال يومهم" (شيهان 2006، ص 41). وقد نشأت هذه الفكرة عندما أجرى الخبراء والباحثين مقابلات مع المسافرين من رجال الأعمال، فيما يتعلق بعاداتهم اليومية وأنماط العمل، و الاحتياجات. "البهو هو منطقة انطلاق لكل ما يجري في الفندق. إنها أفضل فرصة لتلبية احتياجات المسافرين من رجال الأعمال. أردنا تصميم بهو الفندق الأكثر إلحاحا في الصناعة"، يقول جورج أكوينو، المدير العام ل ج دبليو في غراند رابيدز، ميشيغان، الولايات المتحدة الأمريكية (360 ستيلكيس، 2007، ص. 2). يزيل مفهوم الغرفة الكبيرة الحواجز المعمارية لتتكيف مع احتياجات الضيوف، وبالتالي يقسم منطقة البهو إلى أربعة مناطق: منطقة ترحيب، منطقة فردية و التي تدعو للاسترخاء ، ومنطقة الأعمال و منطقة الأعمال الاجتماعية.

● باستعراض صور البهو في فندق ماريوت المملكة المتحدة نجد الاتي:

○ تصبح منطقة الترحيب والتي تمت تسميتها بالغرفة الرائعة أكثر تخصيصا وإبداعا و تركز ليس فقط على تسجيل الدخول، ولكن أيضا على خدمات البواب وعروض البيع بالتجزئة. المنطقة الفردية يجب أن تلبى الحاجة إلى الهدوء والاسترخاء، وهي منطقة " عامة خاصة" حيث يمكن للعميل القراءة أو العمل أو تناول وجبة خفيفة أو ببساطة قضاء بعض الوقت انظر الشكل (أ) تم تقسيم مساحات البهو الي اكثر من اربع تصاميم مختلف بتفاصيل و طابع متنوع مثلا منطقة العمل الداعي للاسترخاء مجهزة تجهيزا جيدا بجميع الأجهزة التكنولوجية اللازمة لمكان عمل مريح، في حين أن منطقة الأعمال الاجتماعية تمثل جو صالة للاجتماعات الصغيرة، والمناقشات، والأنشطة الاجتماعية في وجود كأس من العصير أو فنان من القهوة.

○ النمط المعماري والتصميم لتلك المناطق متداخل، ولكن لاتزال مختلفة بوضوح لتتكيف مع احتياجات المسافرين من رجال الأعمال. وعلاوة على ذلك، يتم تحفيز الإضاءة الداخلية من قبل الزجاج الكبير والجدران، والتي تسمح للضوء الطبيعي باحتضان المحيط الثقافي، فضلا عن تعزيز الأعمال تركيز مزاج المسافرين من رجال الأعمال (أثار الضوء الطبيعي على علم النفس البشري لن يتم تقييمها في هذه الأطروحة أكثر من ذلك). الظروف المحيطة الأخرى، مثل موسيقى الخلفية، والتي طورت خصيصا لعلامات ماريوت التجارية، ومعطرات الهواء، جميعها تعطي الردهة جوا مريحا. (شيهان، 2006؛ 360 ستيلكيس، 2007) انظر الاشكال (أ)(ب)(ج).



(أ) منطقة الانتظار الرئيسية للبهو



(ج) كاونتر خدمة

(ب) كاونتر الخدمات

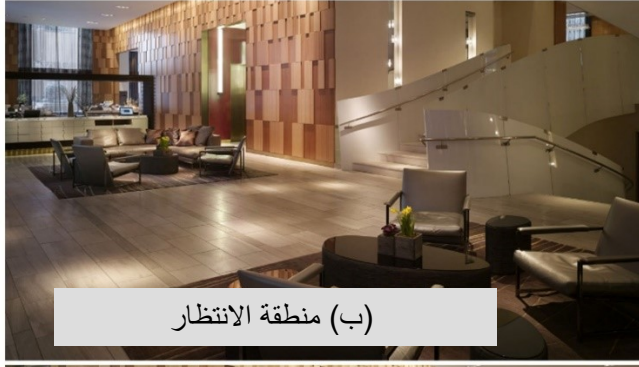
الشكل رقم (2-3) صور لشكل البهو في فندق ماريوت المملكة المتحدة
المصدر : الموقع الالكتروني للفندق

4.3 فندق انداز / جادة 5 – مدينه نيويورك

فندق أنداز، وهو العلامة التجارية الجديدة المعتمدة من حياة. افتتح أول أنداز في عام 2007 في لندن، شارع ليفربول، وتلتها عدة ملكيات في الولايات المتحدة (نيويورك، غرب هوليوود، سان دييغو). حالياً هناك خمسة فنادق أنداز في أوروبا و الولايات المتحدة، الصينية، الهندية و الأمريكية الجنوبية. أوضح ديفيد روكويل، مصمم أنداز والستريت في مدينة نيويورك: "بما أن أنداز هندي ل "النمط الشخصي" أردنا أن نقدم للضيوف سلسلة من التجارب الشخصية الغير متوقعة من خلال مجموعات غير تقليدية في البهو، والبار والمطعم، والتقلبات في السمات التقليدية في غرف الضيوف. وكل هذه المكونات محاطة بمواد والأنسجة غنية لأجل جو دافئ وجذاب." (مجموعة روكويل، 2010). فنادق أنداز تطلق على نفسها اسم "فندق أنيق ومتطور".

● باستعراض صور البهو في فندق انداز نيويورك نجد الاتي:

- فنادق أنداز تركز بقوة على أسر الثقافة المحيطة بها في تصميم الفندق والسماح للضيوف بتجربة هذه الثقافة مع كل حواسهم. ويطلق على الردهة "صاله" لتعزيز أجواء التجمعات الاجتماعية انظر الشكل (أ).
- الجو في أنداز نابض بالحياة، ومع ذلك يدعو للاسترخاء. يعكس كل فندق المشهد الثقافي الفريد وروح الحي المحيط. بالإضافة إلى خدمة ودية وغير معقدة، وتشمل عناصر أنداز الخاصة وتجربة وصول شخصية في صالة أنداز (الردهة).
- فنادق أنداز هي واحدة من العلامات التجارية الأولى، والتي لا تطبق مفهوم مكتب الاستقبال التقليدي، ولكن تستخدم أجهزة الكمبيوتر المحمولة للحصول على عملية تسجيل دخول وغادرة مرنة ومريحة وشخصية، بينما تتناول شراب مجاني في الصالة.
- تتبع الردهات في فنادق أنداز مزيج تصميم غير معقد، ومريح، ومعاصر. الردهة هي بمثابة المحور الاجتماعي مع عناصر غير متوقعة، على سبيل المثال مطبخ صغير، وطاولة مشتركة للقراءة / العمل، ومكتبة، أو مجموعة فنية انظر الاشكال (ب)(ج)(د).



(ب) منطقة الانتظار



(أ) منطقة الانتظار الرئيسية للبهو



(د) مقهى على شكل مطبخ مصغر في البهو



(ج) منطقة المكتبة التابعة للبهو

الشكل رقم (3-3) صور لشكل البهو في فندق انداز / جادة 5 - مدينة نيويورك
المصدر : الموقع الالكتروني للفندق

5-3 فندق راديسون/برلين - ألمانيا

تحاول فنادق ومنتجعات راديسون بلو الانخراط في تصميم البهو الحديث والمبتكر. يعكس الكثير من بهو فندق راديسون بلو الثقافة المحيطة بقوة في تصميمها الداخلي. ومن الأمثلة الجيدة لبهو فنادق مثيرة للاهتمام: فندق راديسون بلو برلين

• باستعراض صور البهو "أتريوم لوبي أند بار" في فندق راديسون برلين :

تم تفسير بهو الفندق على أساس الخبرة الشخصية والإدراك، حيث لا موقع للشركة على شبكة الإنترنت، ولا أي مرجع قام بتقييم تصميم بهو الفندق. يمكن العثور على نهج متميز آخر في تصميم البهو في فندق راديسون بلو برلين. في وسط البهو يقف أكوادوم (Aqua Dom) الشهير، وهو "أكبر حوض أسماك أسطواني في العالم مع مليون لتر من المياه المالحة، وهو موطن مذهل للعديد من أنواع الأسماك الاستوائية. يتم الحفاظ على أكوادوم (Aqua Dom) من قبل سي لايف برلين (الحياة البحرية في برلين)، الذي يقع بجوار الفندق مباشرة. أهم حدث في جولة اكتشاف الحياة البحرية هي رحلة المصعد المؤلف من طابقين خلال منتصف أكوادوم انظر الشكل (ج)، والتي يتعلم الضيوف أثناءها عن كل الأسماك الاستوائية التي تعيش به والهندسة المعمارية للأكوادوم (Aqua Dom)" (مجموعة فنادق ريزيدور، أكوادوم، 2011).

من منظور معماري، أكوادوم (Aqua Dom) هو مكون مذهل جدا وغير عادي في تصميم الفندق. الحوض الأسطواني الضخم في الردهة الصغيرة قد ينظر إليه على أنه عنصر سريالي انظر الاشكال (أ)(ب).

(وبحسب التصور الشخصي) صالة البهو، المدعوة بـ "أتريوم لوبي أند بار" (صالة وبار ردهة أتريوم)، تحت أكوادوم (Aqua Dom) يعطي الزبون أجواء صالة للاسترخاء والانغماس (إحساس بانتعاش و نقاء البحر من خلال التفاصيل التصميمية) انظر الاشكال (د)(هـ) خلال النهار ومكان عصري لتناول العشاء في المساء.



الشكل رقم (3-4) صور لشكل البهو في فندق راديسون/برلين - ألمانيا
المصدر : الموقع الإلكتروني للفندق

3-6 فندق كامها جراند – بون/ألمانيا

فندق كامها جراند في بون، ألمانيا. ال كامها جراند هو فندق نمط حياة فاخر ، و افتتح في نوفمبر 2009. (هنينغ، 2010) الاسم "كامها" ينشأ من أول ملك من ملوك هاواي، الذي كان اسمه كامها ميها الأول. ويعني "الشخص الفريد من نوعه" (توب هوتل، 2009) ويعكس الفندق، الذي يقع بجوار نهر الراين، هذا الاسم في تصميمه، وعمليات الخدمة، والفلسفة بشكل جيد للغاية، ويمثل كامها جراند ملكية فندق معاصر، وابداعي، وحصري. وأوضح كارستن راث، مؤسس فنادق ومنتجعات كامها، استراتيجية تحديد المواقع بأنها "فندق جراند المعاصر". (هنينغ، 2009) كما تم شرحه في الفصل السابق . تطور ردهة الفندق، ما سميت بجراند هوتيل في القرن 19 و 20 هي فنادق تمثل نمط الحياة والاتجاهات في تلك الأوقات. و يواصل كامها جراند هذا الاعتقاد حيث قام بتكييفه مع القرن ال 21. فكرتهم ليست أن تتابع الموضة، ولكن أن تصنعها. (هنينغ، 2009).

● باستعراض صور البهو في فندق كامها جراند بون/ألمانيا نجد الاتي :

○ تصميم الفندق استثنائي وفريد من نوعه وغير عادي. على الرغم من استهدافه المسافرين من رجال الأعمال، يقدم الفندق تصميمًا داخليًا ملونًا وحديثًا ومعبرًا وهجينًا انظر الشكل (هـ). ويعطي مزيج الكبير والصغير من عناصر التصميم الانطباع بوجود احتمالات لا نهاية لها، من دون حواجز، مع لمسة من السريالية انظر الشكل (أ). يتم إضاءة البهو من جميع الأنحاءها بالضوء الطبيعي ويرجع ذلك إلى حقيقة أن جميع الجدران مصنوعة من الزجاج انظر الشكل (ج) وهذا يعطي الضيف الفرصة ليشعر بالبيئة الخارجية بينما يجلس في بهو الفندق. وعلاوة على ذلك، فإنه يعزز فلسفة كامها جراند من خلال خلق الأرواح الحرة

والأفكار، التي تقع بين الخيال والواقع. هو مكان للتنوع، وبه كذلك خدمة ودية وصادقة وعلاوة على ذلك، بدلا من كتلة تعمل كمكتب استقبال، هناك الكثير من طاولات الوقوف والتي تسمح باختفاء الحدود بين موظفي الخدمة والضيوف. أراد المصمم مارسيل واندريز إبراز تصميم داخلي مفصل وذا طراز نيو-باروكي وأوجد بالتالي "مكان مثير ورائع". (توب-ريسيفو، 2009). واحدة من اهتمامات كامها جراند تكمن في المؤتمرات، والأحداث، وغيرها من الاحتفالات الخاصة. والقبة هي المنشأة الرئيسية، التي تقع بجوار منطقة البهو وتنقسم فقط بواسطة جدار زجاجي. وهكذا، يبدو أن كلا المجالين كيان واحد. ويمكن أن يقال حتى أن منطقة البهو نفسها تتحول إلى منطقة احتفال ضخمة انظر الشكل (ب). (كامها جراند بون).



الشكل رقم (3-5) صور لشكل البهو في فندق كامها جراند - بون/ ألمانيا
المصدر : الموقع الإلكتروني للفندق

3-7 فندق هدسون - نيويورك / أمريكا

فندق هدسون في مدينة نيويورك ينتمي إلى مجموعة مورغانز ويمثل مغامرة نمط حياة مدني في وسط مانهاتن. وهو فندق نمط حياة، وصممه فيلب ستارك في عام 2001، ويوضح "الجيل القادم من الرخيص الأنيق - أنيق وديمقراطي، وشاب القلب ورائع للغاية" (مجموعة مورغانز إل إل سي، نظرة عامة على الفندق).

● باستعراض صور البهو في فندق هدسون نيويورك نجد الاتي:

○ يسمح مدخل صغير نسبيا للضيف بالهروب من الشوارع المكتظة في مدينة نيويورك والغوص في نفق زجاجي غير شفاف مع مجموعات اضاءة منتشرة وغير عادية. "السلم الكهربائي ينقل الضيف ، حرفيا و مجازيا، إلى عالم أسر ولا ينسى - بهو هودسون المناخية حيث يبعد السقف أربعين قدما ويتفتش فيه اللبلاّب المتسلق، إنه مكان سحري لا يشبه أي فندق آخر. " انظر الاشكال (أ) (مجموعة مورغانز إل إل سي، نظرة عامة على الفندق).

○ بحسب الرؤية الشخصية، يمكن القول أن فندق هدسون هو مثال جيد على المعاصرة، وتصميم البهو المؤلف. بعد تجربة ركوب السلم المتحرك التصاعدي في شق صغير واطعاء صفراء، يصل الضيف إلى منطقة بهو فسيحة وعصرية انظر الشكل (هـ) من عناصر التصميم الجذابة ثريا الكريستال الكبيرة في البهو. وهناك ميزة أخرى وهي السقف، والذي يغطيه اللبلاّب بالكامل انظر الشكل (ب). تظهر مجموعات الإضاءة الخاصة مناطق وعناصر التصميم معينة، على سبيل المثال تضيء مكتب الاستقبال، بينما تعطي البهو جوا مظلما نوعا ما، ولكن ملونا انظر الشكل (هـ)

○ بالنسبة لللاثات و التفاصيل تعود تسميتها الي هدسون هو "مجموعة أثاث منتقى و موروث و معروض - لا تتطابق قطع الأثاث مشيرة إلى أناقة غير رسمية، ووجدت الأناقة في جميع الأناحاء والأماكن العامة والحديقة على شكل حرف U المزروعة في فناء المبنى." انظر الاشكال (ج) (د)(ديفيدسون).



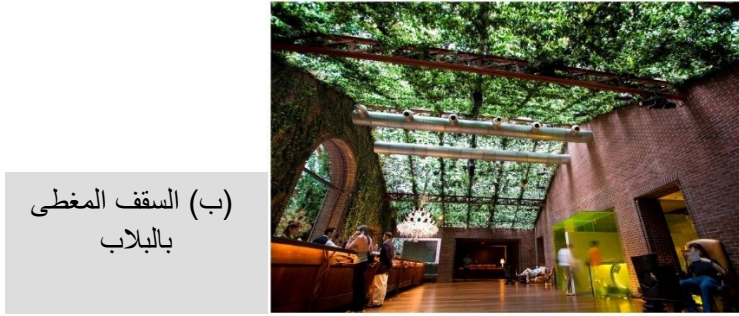
(هـ) البهو الرئيسية



(ج) منطقة الانتظار الرئيسية للبهو



(د) منطقة



(ب) السقف المغطى
بالبلاب



(أ) السلم الكهربائي لمدخل
البهو

الشكل رقم (3-6) صور لشكل البهو فيفندق هدسون - نيويورك / أمريكا
المصدر : الموقع الإلكتروني للفندق

8-3 فندق غرامسي بارك / نيويورك - أمريكا

مشروع غرامسي بارك في نيويورك سيتي هو مشروع صغير جدا في قطاع الفندق البوتيك صممه إيان شراجر مع المصمم الداخلي جوليان سنابل. تمثل الأماكن العامة وخاصة البهو الاستراتيجية تصميم نابضة بالحياة، ومشرق، وفنية، وتدمج العناصر التقليدية والحديثة معا. "إن فندق غرامسي بارك يمثل رؤية حسية للتنوع الفنيو يمثل احياء لمدرسة الارتيفو ممتزجه بالحدائثة.

● باستعراض صورالبهو في فندق غراموسي بارك نيويورك نجد الاتي:

○ إنها اعادة اختراع بوهميا (Bohemia) للقرن الواحد والعشرين مع مزيج جديد من الأساليب، وقطع كبيرة من والأثاث والأعمال الفنية والاستخدام غير العادي للون. انظر الاشكال (أ)(ب) (ج) بي إيفارتنرز، إل إسي ((GPH Partners, LLC)) كما يصنع الاستخدام المتنوع للأقمشة والمواد جوا استثنائيا وفريدا من نوعه انظر الشكل (د)، ويبرزه أكثر الأسقف الخشبية والأرضيات المغطاة بالأبيض والأسود، والستائر المخملية، وثريرات الكريستال، بالإضافة للوحات الفن الحديث. وتكمل هذه المفروشات المخصصة المعاصرة مجموعة من التحف بعناية و مواد نادرة - مثل البلاط المغربي يدويا والموقد الإيطالي - المستوردة من الأسواق في جميع أنحاء العالم انظر الاشكال من (أ) الي (ح)

○ علاوة على ذلك، تسلط طاولة البلياردو انظر الشكل رقم (ب) الضوء على جانب المكان المتعلق بالتجمع الاجتماعي. التصاميم المثيرة للجدل والأساليب في منطقة الردهة "تخلق كونا بديلا مثل أخذ خطوة إلى داخل لوحة ثري دي - مثل مفردات كلاسيكية تحولت للغة حديثة جريئة." (ج) بي إيفارتنرز، إل إسي). يعكس

فندق غرامرسي بارك تراث ساحر وأسطوري، والروح الحية والمغامرة للعصر الحالي. "الفندق الفخم في مدينة نيويورك ليس مجرد مبنى، بل هو فرد، يملك الشخصية وروح وأصالة" (ج بي إيفارتنرز، إل سي. سي.).



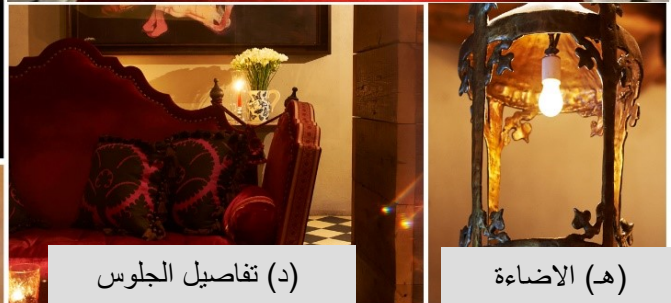
(ب) منطقة الانتظار الرئيسية للبهو



(أ) منطقة الانتظار الرئيسية للبهو



(ج) منطقة الانتظار



(د) تفاصيل الجلوس

(هـ) الاضاءة



(ح) منطقة الانتظار



(ز) الاضاءة

(و) التفاصيل

الشكل رقم (3-7) صور لشكل البهو في فندق غرامرسي بارك / نيويورك - أمريكا
المصدر : الموقع الالكتروني للفندق

9-3 الخلاصة

- بعد الدراسة و الاطلاع على النماذج السابقة لعدد من سلاسل الفنادق العالمية و فنادق البوتيكا المتنوعة (عالمية و إقليمية) تم التوصل لعدد من الموجهات التي سيقوم الباحث بالتحقق من توفرها و اثرها في حالت الدراسة وهي :
- ترجمه عناصر و اسس التصميم الداخلي من خلال تبني تيار نظريه او مدرسه معمارية معينه
 - الابتكار و التنوع في المكونات الفراغية للبهو أي ان هنالك عناصر فراغات و أنشطة توفرها في التصميم الداخلي يضيف للبهو :
 - انشطه اجتماعية
 - عناصر تصميمية غير تقليدية
 - فراغات متنوعه مثل (معرض فني , متاجر, مقهى , مكتبه.....)
 - منطقه خاصه بالأعمال و تداول الصفقات تستهدف رجال الاعمال
 - غرفه معيشه
 - منصة حية للعروض
 - ساحة انشطه غير اعتيادية
 - استخدام التكنولوجيا الحديثة مثلا تسجيل الدخول و الخروج من خلال الواح زكية متوفرة في بهو الفندق بدلا عن الكاونتر التقليدي
 - مراعاة التجانس و التناغم في الفكرة او الفلسفة التصميمية وصولا الي الأثاث و الاكسسوارات المستخدمة
 - التنوع في أسلوب الفصل بين الأنشطة المتوفرة في البهو بالاختلاف في التشطيب (المواد), الارتفاعات , الأثاثات , الاكسسوارات , الإضاءة و التفاصيل
 - مراعات تفاصيل التفاصيل و الدقة فيها (الأثاثات, الاكسسوارات , الإضاءة...)
 - احتضان الجانب الثقافي و انعكاسه في الفكر التصميمي للبهو
 - الاستغلال الأمثل للعوامل المحيطة بصوره إجابيه
 - ترجمه فكره و توجه الفندق من خلال التصميم الداخلي للبهو عن طريق الخدمات , الأنشطة , عناصر التصميم أي عمل سيناريو لتجربه الزائر او النزيل بتسلسل معين يرسخ في الذاكرة مكونا الصورة الذهنية المنشودة مثلا :
 - في الفنادق التي تستهدف قاصدي الترفيه و المتعة ينعكس ذلك في التصميم الداخلي للبهو و أنشطته حيث يكون مفعم بالحبوبة و النشاط , استخدام أفكار غير تقليديه و غريبه (جراة في التصميم) , أنشطة ترفيهيه مثلا في فنادق الأماكن الجبلية يمكن وجود حائط تسلق في البهو , فالبهو في مثل هذا النوع من الفنادق يمثل بوابة لبداية المتعة , المغامرة و التشويق.
 - في الفنادق التي تستهدف رجال الاعمال او منهم في مهمه عمل ينعكس ذلك في التصميم الداخلي للبهو و أنشطته حيث يكون ذو طابع يحث على الهدوء , التركيز , الخصوصية , الراحة في التداول و التنوع في جلسات البهو من الجلسات العامة , شبه المنفصلة و الخصوصية فالبهو في هذا النوع من الفنادق يمثل صاله للتداول و انعقاد الصفقات .
 - الخلاصة مما سبق
 - تعرفنا على كيفية تطبيق مفاهيم تصميم البهو من خلال دراسة نماج متنوعه لفنادق عالمية وإقليمية ، و كيفية نجاحها في تحقيق الغرض المنشود من خلال تصاميم مبتكرة , جذابة و متنوعة مع مراعاة مكونات ، مميزات و اعتبارات تصميم الردهات .
 - مما سبق في الفصل الثاني و الثالث لابد من التحدث عن تاريخ الفنادق في السودان أو مفهوم الضيافة و تطوره و من ثم دراسة النماذج المحلية و تحديد حالة الدراسة .

الفصل الرابع

عرض وتحليل حالة الدراسة

1-4 مقدمة

للضيف في الثقافة السودانية مكانة كبيرة وإعزاز تغنت له أجيال فإكرام الضيف يعتبر من الأشياء التي يُقاس بها مدى أصالة وطيب الشخصية السودانية لذلك يعتبر كل الشعب السوداني بمختلف سحناته وقبائله وأعرافه في شماله ، غربه و شرقه من أكرم شعوب الأرض ولا تجد في أي مكان إكرامًا للضيف وإحسان نزله وترحيبًا به أكثر من الشخصية السودانية، فالمجتمع السوداني مجتمع عُرف عنه الترابط الاجتماعي منذ القدم، وقطعًا لم تكن فكرة النزول أو الفنادق منتشرة أو راسخة مثل باقي دول العالم حيث كانت تقوم بهذه المهمة ما يعرف (بالخولة) التي لها دور غير تحفيظ القرآن والأحاديث حيث يكون ملحقًا بها ما يُعرف بالمسيد الذي يوفر المأوى والمأكل لكل عابر سبيل كما يوجد في البيت السوداني القديم ما يعرف بالديوان أو المضاف وهو مكان مخصّص للرجال، وهو مكان يجتمع فيه رجال الحي وتتوفر فيه كل الوجبات لعابر السبيل والدخول لهذا الديوان أو الخولة لا يحتاج لملء استمارة أو استئذان من أي جهة لذلك تعتبر الفنادق أو النزول أو ما يُعرف باللكوندات من الأشياء التي انتشرت في السودان في بداية القرن الماضي ومع دخول المحتل الإنجليزي أصبح لا بد من مواكبة الدول الأخرى لأن وجود هذه الفنادق يعكس الوجه الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لكل بلد، وكذلك أصبحت البلاد قبلة للكثير من الأجانب الذين لا بد أن يجدوا مكانًا يقصدونه لقضاء مدة إقامتهم بهذا البلد.

2-4 أول ظهور للفنادق بالخرطوم

يعتبر السودان من البلاد حديثة العهد بالصناعة الفندقية أو إقامة الفنادق نسبة لأن هناك دولاً قد سبقتنا بمئات السنين، فأول فندق كان في العام (1902) في عهد الاستعمار الإنجليزي وهو فندق السودان الذي يقع قبالة شارع النيل وجنوب الفندق الكبير ثم بعده تم إنشاء القرائند هوليداي فيلا والذي يقع بشارع النيل أو كما يُعرف بالفندق الكبير وفندق فكتوريا والذي يقع مكانه بشارع القصر وغرب موقع البنك الفرنسي القديم وقد نزل بهذه الفنادق الكثير من مشاهير السياسة والفن وغيرهم، ومن أهم الشخصيات ملكة بريطانيا الحالية الملكة اليزابيث، ثم حدثت نقلة تمثلت في قيام فندق الأكربول الشهير على يد الإغريقي بنيوتيبيلاتيسوس حيث بدأ بخلواني وبار باسم ال (G.B) ثم حوّل فيما بعد إلى فندق الأكربول وهو يعمل منذ العام (1951) إلى يومنا هذا كما قام فندق باسم بنيور إكسليور وبانسايون مدام روزو وبانسايون هافانا والسواكني وغيرها من الأسماء التي توقفت معظمها عن العمل لأسباب مختلفة ولا يزال بعضها يعمل وقد تطور بعضها وأصبح من الفنادق المشهورة مثل القرائند و الأكربول.

3-4 حقبة ازدهار الفنادق بالسودان وظهور أسماء عالمية

شهدت حقبة نهاية ستينيات القرن الماضي وبداية سبعينياته ازدهارًا كبيرًا في صناعة الفنادق في الخرطوم وقد حضره العديد من الأسماء العالمية في إدارة وبناء الفنادق مثل فندق الهيلتون وفندق كورال حاليًا وفندق ميريديان الذي كان يتبع لميريديان الفرنسية والذي حول اسمه بعد انسحاب الشركة الفرنسية في العام (1996) إلى فندق ريجنسي والذي تديره اليوم شركة ريجنسي الفندقية كما شهدت الفترة الأخيرة ظهور فنادق أكثر فخامة وبنظام الخمس نجوم مثل فندق السلام روتانا الذي يقع شرق شارع إفريقيا وفندق برج الفاتح والذي يقع على شارع النيل شرق كوبري جزيرة توتي كما توجد العديد من الفنادق الأقل مستوى في عدد الأنجم أو أقل من خمس نجوم مثل البحرين وصحاري وشهرزاد وفندق بيت الضيافة الألماني وفندق إفريقيا وفندق الرياض الجديد.

4-4 فنادق عالمية بالخرطوم (نموذج فندق الميريديان سابقًا)

كانت تدير هذا الفندق إدارة فرنسية تتبع لمجموعة ميريديان العالمية وأنشأت فندق ميريديان السودان بالاشتراك مع شركة الخليج الفندقية في بداية نهاية السبعينيات حيث كان كل طاقم العمل فرنسيًا من الإدارة

وحتى السيرفس وكانت تحضر وجبة الإفطار من فرنسا بالاتفاق مع شركة طيران فرنسا (إير فرانس) والأثاث والمفروشات تحضر من بريطانيا وفرنسا والصين انسحبت شركة مريديان في العام (1996) وألت الملكية والإدارة لشركة ريجنسي الفندقية.

4-5 البناسيونات أو ما يعرف بالكونده بالخرطوم

هي شكل من أشكال الفندقية وإن كانت بمستوى خدمات أقل وتكون دئمًا للإقامات القصيرة ليوم أو أسبوع وبعضها لا يقدم وجبة فهو مكان للنوم فقط وفي الخرطوم الكثير منها حيث يقصدها تجار الولايات والمرضى ورفقاؤهم الذين يقصدون الخرطوم للعلاج ولا يوجد لديهم أقارب أو أهل بالعاصمة وبعضها يأخذ شكل البيت السوداني العادي حيث تتكون من غرف وصلات صغيرة وحمام جماعي وملحق بالغرفة سرير أو سريران للنوم ومروحة وغرف بأسعار مرتفعة قليلاً وتكون ملحقة بثلاجة أو مكيف وبعض الخدمات التي تقدّم.

4-6 دراسة النماذج المحلية و طرق اختيارها

بعد ان تعرفنا على تاريخ الفنادق في السودان , وبعد عدة زيارات قام بها الباحث للفنادق في الخرطوم , و استنادا الي احصائيات وزاره السياحة و الحياة البرية و التي صنفت هذه النماذج كإحدى اهم الفنادق في ولاية الخرطوم و ذلك لمساهمتها الكبيرة في التطوير و الارتقاء بمستوى الخدمات الفندقية و قطاع السياحة و الضيافة وكونها فنادق متنوعة التصنيف , التاريخ و التوجه التي تمثل واجهة للبلاد , كان لابد من دراسة هذه الفنادق.وهي :

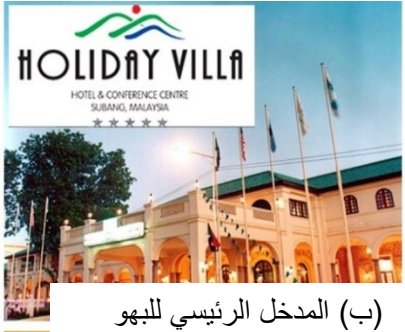
- فندق قراند هوليدي فيلا
- الساحة اللبناني
- فندق ابشر
- فندق ليزامين سفاري
- فندق كورينثيا
- فندق السلام روتانا

4-6-1 فندق قراند هوليدي فيلا

بني في أواخر 1800 ، يعرض تاريخ بناء فندق قراند هوليداي فيلا وأجنحة الخرطوم سحر العالم القديم من العصر الاستعماري. موقع مركزي في قلب مركز تجاري الخرطوم ، و يتميز هذا الفندق بـ 160 غرفة للضيوف ، بالإضافة إلى أجنحة للمكاتب ، مركز تسوق وناد خاص للترفيه. مع الزوار الملكيين في الماضي بما فيهم توماس كوك ، السير ونستون تشرشل والملكة فكتوريا ، راحة مطمئنة من 5 نجوم ومرافق الحديثة لضمان إقامة غير منسية في مدينة كبرى في الخرطوم ، السودان. يضم :

- فندق بوتيك مصنف خمسة نجوم فيه 160 غرفه متنوعه ومركز اعمال مساحه البهو 450 متر مربع
- مطعم و مقهى
- مركز للياقة البدنية يضم مسبح , ملعب تنس , صاله رياضيه , نادي صحي و صالون حلاقة.

تقوم فكرة التصميم على أن المبنى يعود الي عام 1800 عصر الاستعمار البريطاني وينعكس ذلك في التصميم الملكي للعمارة الكلاسيكية في تلك الفترة, الفندق تم تجديد مع المحافظة على الإرث الثقافي للتصميم من مستوى المبنى الي ادق تفاصيل التصميم الداخلي كما هو ملاحظ في تصميم البهو و التفاصيل انظر الشكل رقم (4-1).



(أ) المدخل الرئيسي للفندق

(ب) المدخل الرئيسي للبهو



(د) بهو الاستقبال منطقه الانتظار



(ج) بهو الاستقبال منطقه الانتظار



(و) بهو الاستقبال منطقه الانتظار



(هـ) بهو الاستقبال المقهى

الشكل رقم (1-4) صور لشكل البهو فندق قراند هوليدي فيلا
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

2-6-4 فندق قرية الساحة اللبنانية

- أسس فندق قرية الساحة اللبناني التراثية عام ٢٠٠٢. تحوي كل عناصر القرية اللبنانية " الضيعة" في قالب معماري قديم وأسلوب حضاري متجدد، وتضم الأقسام التالية:
- فندق بوتيك مصنّف ثلاثة نجوم فيه 35 غرفة مصممة وفق طرز معمارية عربية وعالمية و20 غرفة لبنانية التصميم "ستاندرد" , مساحه البهو 30 متر مربع
 - مطاعم متخصصة بالمطبخ اللبناني
 - صالات متعددة الاستعمالات مجهزة بأحدث التقنيات
 - متحف تراثي
 - ناد رياضي وصحي يضم مسبح مفتوح.
- للساحة فروعها في لبنان وقطر والسودان (منذ عام 2007) ولندن والكويت وقريبا في العراق. وهي جاهزة للعمل وفق نظام الفرنشايز العالمي.

تقوم فكرة و فلسفة التصميم على تطبيق مبدأ العمارة التدويرية، وتجسيد تفاصيل القرية اللبنانية وعناصرها المعمارية مزوجاً فيه بين الحضارة العربية والإسلامية من جهة وحضارة السودان الغنية المتنوعة من جهة أخرى بأسلوب معماري يحكي أدق التفاصيل انظر الشكل رقم (2-4)



(ج) المدخل الرئيسي للقريّة

(ب) مدخل الفندق

(أ) استقبال الفندق



(د) الترس الخارجي للغرف و الاستقبال

(هـ) استقبال الفندق

الساحة
قريّة

الشكل رقم (2-4) صور لشكل البهو فندق قريّة الساحة اللبنانية
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية

4-6-3 فندق أبشر

فندق أبشر تاسس سنه 2016 فندق بوتيك مصنف اربعة نجوم ميمزم :

- فندق بوتيك مصنف أربعة نجوم فيه 50 غرفه متنوعه مساحه البهو 230 متر مربع
- مطعم و مقهى خارجي
- صالة رياضيه

تقوم فكرة و فلسفة التصميم على انه مبنى اداري تم تحويله الي فندق و في ما يخص التصميم الداخلي رصد الباحث انه لا يوجد مجهود يذكر في التصميم الداخلي للبهو حيث ان العناصر المستخدمة تفتقر الي الهوية الموحدة او الطابع الجمالي انظر الشكل رقم (3-4)



(ب) المبنى



(أ) استقبال الفندق و البهو



(هـ) البهو



(د) البهو منطقة الانتظار



(ج) الكاونتر

الشكل رقم (3-4) صور لشكل البهو فندق قرية أبشر
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

4-6-4 فندق ليزامين سفاري

فندق ليزامين سفاري تأسس سنة 2007 يعتبر جزا من سلسل منتج ليزامين السياحيه, حيث تمتزج اصالة, عراقة التقاليد, القيم مع ثقافة و خدمات الفنادق الاحترافية عالية الطراز , رساله الفندق : في فندق ليزامين سفاري نفتخر بخيراتنا و نعدك بان نقدم لك ارقى مستوى من خدمات فنادق الثلاثة نجوم و ذكريات لا تنسى لعدة سنوات , يمكنك الاستمتاع بوسائل الاسترخاء و الترفيه المتنوعة و ستمر بتجربة عريقة في المطبخ اللبناني. يضم :

- فندق بوتيك مصنف ثلاثة نجوم فيه 50 غرفه متنوعه مساحه البهو 150 متر مربع
- مطعم متخصص في المطبخ اللبناني
- متجر للهدايا المحلية و محل ملابس
- صاله رياضيه
- مقهى تقليدي
- قنصلية فخريه للدنمارك

تقوم فكرة و فلسفة التصميم على تحويل وظيفه عماره سكنيه الي فندق بالاجتهاد في التصميم الداخلي و التشطيب حيث ان رصد الباحث ان الفلسفة التصميمية لبهو الفندق مستوحى من تداخل الثقافة السودانية و الأفريقية وتم تطبيق ذلك على ادق التفاصيل انظر الشكل رقم (4-4)



(ب) مدخل البهو الرئيسي من الخارج



(أ) الاستقبال البهو



(هـ) المدخل



(د) منطقة الانتظار



(ج) البهو



(و) تفاصيل الديكور



الشكل رقم (4-4) صور لشكل البهو فندق ليزامين سفاري
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

4-6-5 فندق السلام روتانا

فندق السلام روتانا الخرطوم تم افتتاحه عام 2007 مصنف فندق خمس نجوم للاقامات الطويلة

ويضم :

- 275 غرفه متنوعه مساحه البهو 150 متر مربع
- مجموعه من المرافق المتنوعه نادي صحي , مطعم , مقهى وغيرها من المرافق
- تقوم فكرة و فلسفة التصميم على تبنى طابع الرقى و الاناقة في التصميم متبعا نهج مدرسة الحدائه و انعكس ذلك في كل أجزاء الفندق انظر الشكل رقم (4-5).



(ب) المدخل



(أ) بهو الفندق

الشكل رقم (4-5) صور لشكل البهو فندق السلام روتانا
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

4-6-6 فندق كورينثيا

ولقد افتتح الفندق في 17 أغسطس 2008 تحت اسم برج الفاتح ثم غير الاسم لاحقا إلى كورنثيا الخرطوم. فندق كورينثيا الخرطوم هو البوابة إلى وسط أفريقيا، فهو يقع عند نقطة تلاقي النيل الأبيض والأزرق في قلب المقاطعة التجارية بالمدينة. ويضم أعلى مطعم بالمدينة وهو مطعم ريكشاو بالطابق الثامن عشر ويُعتبر هذا الفندق، مع استفادته من الراحة منقطعة النظير والخدمة التي لا مثيل لها وأحدث الوسائل التكنولوجية، الوجهة المطلقة لمحبي الرحلات , يضم الفندق :

- فندق بوتيك مصنف خمسة نجوم فيه 173 غرفه متنوعه مساحه البهو 550 متر مربع
- مطعم موجران اطلاله مميزه على النيل و مطبخ دولى ,لي جريل مطعم مشويات اصيل و مقهى
- متجر للهدايا المحلية
- حديقة افريقيا

● نادي رياضي صحي و ملاعب للتنس و الاسكواش
تقوم فكرة و فلسفة التصميم علأعاده تعريف الفخامة في السودان فهو قطعة فنية معمارية رائعة من المعدن والزجاج تقع بين أحضان الحدائق اليناعة متخزا منهج العماره الحديثه و المعاصرة منحيث التصميم الجريء و الارتفاع الشاهق وانعكس ذلك في التصميم الداخلي من حيث الفخامه و الاناقه في التصميم متبنيا مبدا البساطة انظر الشكل رقم (4-6).



الشكل رقم (4-6) صور لشكل البهو فندق كورينثيا السودان

المصدر : الموقع الالكتروني للفندق/ الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصي

4-6-7 حالة الدراسة - فندق السلام روتانا

و بعد البحث و دراسة النماذج المحلية وجد الباحث أن فندق السلام روتانا يمثل الخيار الأفضل كحالة للدراسة و ذلك لأنها الجهة الوحيدة التي مدت يد العون في توفير المعلومات و المخططات ، و الصور حيث واجه الباحث رفض وتحفظات من الجهات الأخرى في توفير المعلومات اللازمة إذ كان المعيار الوحيد للباحث لاختيار حالة الدراسة هو توفر المعلومات.

شركة روتانا لإدارة الفنادق pjsc هي شركة لإدارة الفنادق في منطقة الشرق الأوسط و افريقيا وتحتوي على مجموعة مؤلفة من 85 عقارا في 26 مدينة مقرها الامارات العربية المتحدة تأسست سنه 1992 من قبل ناصر النوييس و سليم الزير , ومن ضمن مجموعاتها فندق السلام روتانا الخرطوم بدا التخطيط له عام 2003 و تم افتتاحه عام 2007 مصنف فندق خمس نجوم للإقامات الطويلة يضم 275

غرفه مقسمة كالآتي 250 غرفه مزدوجة متنوعه وعدد 27 جناح خاص بالإضافة الي المرافق الخدمية و العامة .

أ- الموقع العام

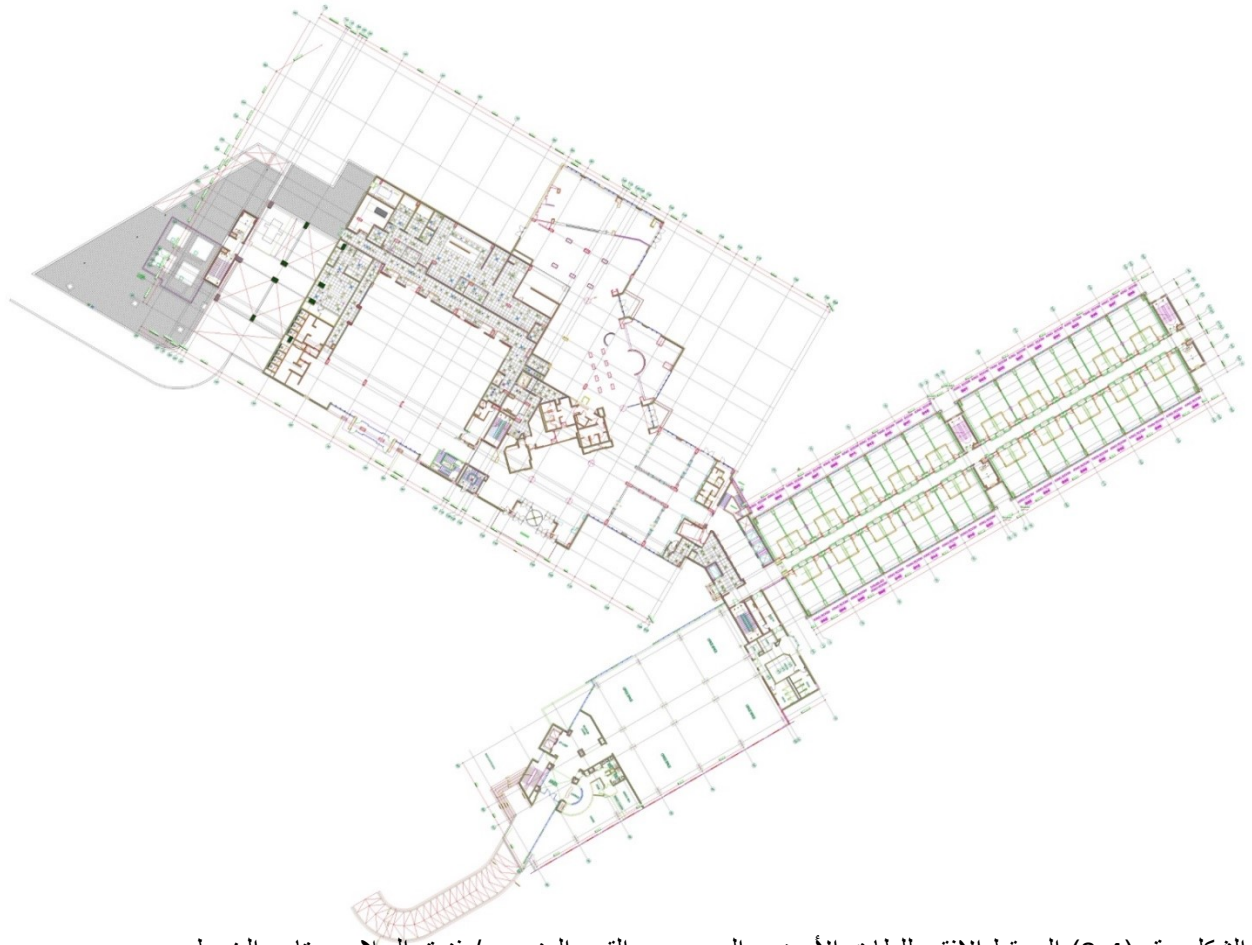
يقع في مدينة الخرطوم في مساحه تقدر بحوالي 50 الف متر مربع يطل على شارع افريقيا امتدادا شارع المطار يمتاز بموقعه الاستراتيجي حيث انه يبعد من مطار الخرطوم الدولي 15 دقيقه , يجاوره من الشمال مخطط سكني و عفراء مول , جنوبا حديقة مدينة الطفل , شرقا مخطط سكني , غربا شارع افريقيا يفصله من إدارة العلاقات البيئية



المصدر : خرائط قوقل / الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصي

ب-مرافق الفندق

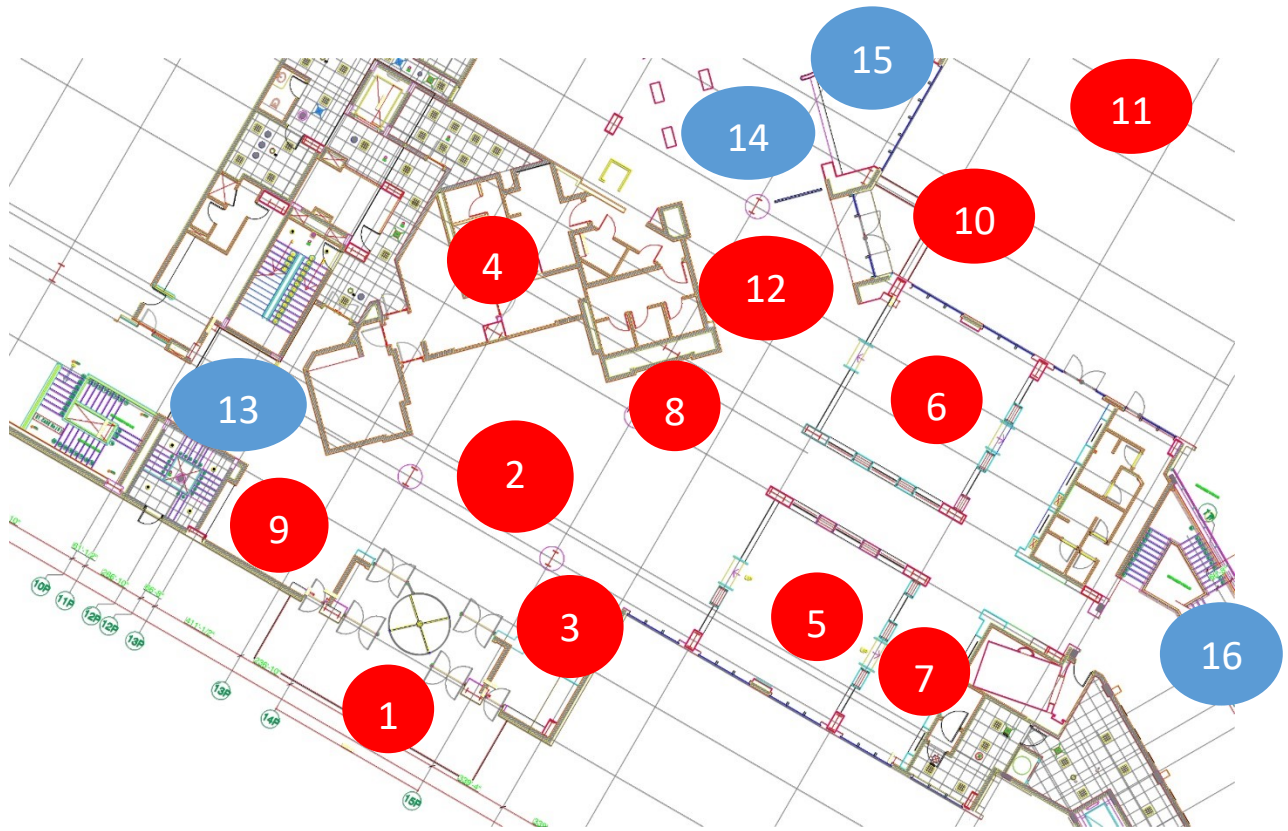
- يقدم الفندق خدمات ومرافق متنوعه
- 1- فندق مصنف خمسة نجوم فيه 275 غرفه متنوعه
 - 2- مطعم بمطبخ دولي متصل مباشره بالبهو يتميز بخمس تصاميم متنوعه للجلسات من الخاصه الي المفتوحة
 - 3- مقهى المدينة
 - 4- متجر للهدايا التذكارية المحلية
 - 5- مكتب اجار السيارات
 - 6- نادي صحي
 - 7- نادي رياضي يضم صاله رياضيه و مسبح مفتوح
 - 8- مركز المؤتمرات يضم ست قاعات متنوعه
 - 9- نادي روتانا لكبار الشخصيات
- ج- التصميم : فندق السلام روتانا الخرطوم صمم بطابع عصري حديث متبعاً نهج مدرسة الحداثه وانعكس ذلك في التصميم الداخلي من حيث الفخامه و الاناقه في التصميم متبنياً مبدا البساطه .



الشكل رقم (4-8) المسقط الافقي للطابق الأرضي المصدر : القسم الهندسي / فندق السلام روتان -الخرطوم



الشكل رقم (4-9) تنطبق المسقط الافقي للطابق الأرضي يوضح الفراغات المحيطة بالبهو (المصدر : الباحث)



الشكل رقم (4-10) يوضح الأنشطة الموجودة في البهو (المصدر : الباحث)

- | | | |
|---------------------------|-------------------------|---|
| 1. المدخل الرئيسي | 2. الاستقبال الرئيس | 3. كاونتر تسجيل دخول الامتعه وخدمة الليموزين واجار السيارات |
| 4. مكاتب الإدارة الامامية | 5. منطقة انتظار للمدخين | 7. مقهى |
| 8. هواتف عموميه و انترني | 9. متجر هدايا | 12. حائط الثقافة |
| 13. مركز المؤتمرات | 14, 15. المطعم | 11, 10. التراس الخارجي |
| | | 16. غرف ترس |



الشكل رقم (4-11) المدخل الرئيسي للفندق

المصدر : القسم الهندسي / فندق السلام روتان -الخرطوم

التصميم معاصر حديث يمكن وصفه بالبساطة الأنيقة باستخدام التكسية بالواح الالمونيوم , الزجاج في النوافذ الكبيرة لتوفر الإضاءة الطبيعية و الرخام ذو النمط البسيط



الشكل رقم (4-12) البهو الرئيسي (للفندق البهو - متجر الهدايا التذكارية)

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

التصميم حديث استخدام الخشب يعطي إحساسا بالفخامة و الحميمية , اللون الأبيض دلالة على النقاء و الرقي مع اعمال الجبس البسيطة , استخدام الإضاءة المخفية و تمازجها مع النجف تدعم الفخامة , الرخام في الارضيات والتباين في استخدام الألوان و النمط , النباتات للربط بين البيئة الخارجية و الداخلية , المتجر مصمم بفاصل زجاجيه على ارتفاع منخفض للضمان استمرار التواصل البصري مع البهو و الاندماج.



الشكل رقم (4-13) البهو الرئيسي للفندق منطقة الانتظار

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

الشكل رقم (4-14) البهو الرئيسي للفندق منطقة الانتظار

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصيه

هي منطقة انتظار البهو ترجمت على شكل مقهى يقدم المشروبات بأنواعها و الوجبات الخفيفة يتميز تخطيطها بتوفر مكان للمدخين , التصميم متمائل كما هو موضح في الشكل رقم(4-33) (4-34)التصميم انيق باستخدام ورق الجدران المائل الي الذهبي بنقوش بسيطة , متناسقة مع إطارات الخشب في المداخل و الستائر الممتدة على طول الحائط دلالة على الفخامة و الكلاسيكية الحديثة مع الإضاءة المتدلية من السقف و ارضيات السجاد , التفاصيل , الإكتسورات ابتداءً من الاثاث و صولا الي اللوح و المساند التي يتم تجديدها في فترات متقطعة كما هو موضح الاختلاف في الشكلين أعلاه



الشكل رقم (4-15) البهو الرئيسي للفندق حائط الثقافة

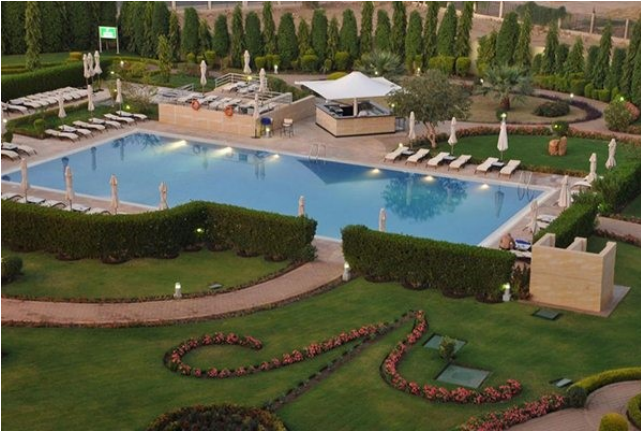
المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصي
عبارة عن حائط فيه تحف و اناثيك و لوح لثقافات متنوعه من حول العالم معروضه بصوره غير منتظمة ومن هنا جاءت تسميته بحائط الثقافة



الشكل رقم (4-16) البهو الرئيسي للفندق هواتف عموميه و انترنيت

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصي

حائط او ركن يوجد فيه هواتف عمومية , ألواح ذكية لتصفح الأنترنت , كما يوجد نوت وقلام لتدوين الملاحظات وليل للهاتف التصميم بسيط من الخشب الغامق كما ذكرنا دلالة على الفخامة و الحميمية بشكل عام متناسق مع المكان من حوله



الشكل رقم (4-18) التراس الخارجي المسبح

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية



الشكل رقم (4-17) التراس الخارجي

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية

التراس الخارجي و الحديقة الخارجية امتداد مباشر من البهو تقدم فيه خدمات من المطعم و المقهى بالإضافة الي المسبح المفتوح و منصة العصائر

الشكل رقم (4-19) مركز المؤتمرات

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية

مركز المؤتمرات من الفراغات المتصلة مه البهو مباشرة التصميم كما هو الحال في باقي فراغات الفندق الرقي الفخامة و البساطة



الشكل رقم (4-20) مطعم النوبا المدخل

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية



الشكل رقم (4-21) مطعم النوبا جلسات المطعم

المصدر : الباحث من خلال الزياره الميدانيه / المقابلات و الملاحظات الشخصية

مطعم النوبا من الفراغات المتصلة مع البهو مباشرتا وهناك تواصل بصري بينه وبين البهو مباشره دون عوازل مادية غير نافذه

د-الزيارة الميدانية

- عند زيارة الباحث لفندق السلام روتانا قام برصد بعض النقاط من الملاحظة و المقابلات الشخصية
- يفتقر البهو للحيوية, عدد الجلسات قليلة في البهو و مقتصرة على المقهى
 - لاحظ الباحث وجود عدد لا بأس منه من المستخدمين وقت الظهيرة و المساء ، بعضهم نزلاء .
 - عند اجراء مقابلات شخصية معهم أبدوا الشعور بالراحة في تصميم البهو و مكوناته و الخدمات ولكن كان هنالك بعض الملاحظات التي دونت منهم مثل عدم التنوع في الجلسات و عدم توفر مكان للأسر و الأطفال , لا يوجد أنشطة ترفيهية , عدم توفر أماكن أكثر خصوصية حيث أن بعض النزلاء من رجال الأعمال يرغبون في إتمام صفقاتهم التجارية في بهو الفندق.

4-6-8 نتائج تحليل حالة الدراسة

1. التصميم العام للفندق متناسق
2. بهو الفندق المساحة , المكونات و الأنشطة الموجودة به اكثر من مقبولة
3. التصميم الداخلي للبهو يدعم ويترجم توجه الفندق و هو الأناقة و الحداثة ، ولكن هذا الطابع يجعل الفندق يستهدف فئة معينة من المستخدمين .
4. الفكرة التصميمية كانت ترجمة عناصر التصميم الداخلي من خلال المزج بين تيارين ما بعد الحداثة و الكلاسيكية الراجعة ولكن في الواقع حدث تداخل و التباس في التطبيق .
5. مايميز بهو الفندق من غيره وجود منطقة مخصصة للمدخنين ولكن يفتقر للتنوع و الابتكار في المكونات الفراغية من ما يصيب المستخدمين بالملل.
6. تمت مراعاة التجانس و التناغم الى حد ما .
7. تم الفصل بين الأنشطة باستخدام الفواصل الزجاجية و اختلاف مستويات الأرضيات ولكن مسارات الحركة غير واضحة في بعض الأماكن.
8. يوجد اهتمام بوجود العناصر في الفراغ التصميمي (الأثاثات ، الستائر ، الإضاءة ، الإكسسوارات) و لكن لم يتوفر اهتمام بدقة التفاصيل في هذه العناصر .
9. تم احتضان الجانب الثقافي بصورة عالميا وتجسد ذلك في حائط الثقافة ولكن تبني الفكرة العالمي يؤدي الى فقدان الهوية المحلية .
10. لا يوجد عوامل إيجابية محيطة بالموقع يمكن استغلالها سوى قربه من مطار الخرطوم الدولي.

الفصل الخامس

الخلاصة و التوصيات

1-5 مقدمة

بعد التحليل و الدراسة الناتجة وفق ما ذكر في الفصول السابقة تم الوصول الي اهم الخلاصات , وكذلك يقوم الفصل بالتوصيات عن الخلاصات التي توصل اليها البحث , كما يقوم الفصل بتوصيات بشأن البحوث و الدراسات المستقبلية المقترحة.

2-5 الخلاصة

يعد التصميم الداخلي ليهو الفندق محور الدراسة وفقا لعناصر واسس التصميم الداخلي التي يتم ترجمتها من خلال النظريات او التيارات المعمارية لتجسيد فكر و فلسفة الفندق تمكن من إرضاء و جذب اكبر عدد من المستخدمين . للفنادق أنواع مختلفة (تجارية ، منتجات، سكنية ...) يتم عكس توجه الفندق و الفكرة المقصودة من الفندق من خلال تصميم بيئة بهوه , تظهر أهمية التصميم الداخلي في الفراغات المعمارية ليهو الفندق ابتداء من ترجمة فكرة الفندق وصولا الى التفاصيل و الإكسسوارات في البهو والتنوع في مكونات و أنشطة (اضافه الأنشطة التفاعلية للبهو يعزز من فعالية البهو) البهو يجذب أكبر عدد من المستخدمين لقضاء وقت أكثر وبالتالي يزيد معدل الدخل من ما يعزز من نجاح الفندق . كذلك نجد ان الابتكار في تصميم فراغات البهو يعزز من إرساخ فكرة الفندق في ذاكرة المستخدمين و جعلها تجربة لا تنسى بل تولد رغبة لدى المستخدمين لتكرار التجربة مرة أخرى فالبهو يمثل غرفة المعيشة بالنسبة للنزلاء واجهة الفندق وعنوانه, أيضا اتضح لنا أنه ليس ضروريا ان يكون تصميم البهو مزدحما ليعكس الفكرة بل يمكن إبرازها من خلال أبسط التصاميم الأنيقة.

3-5 التوصيات

إن الترابط بين عملية التصميم الداخلي و المعماري للبهو وفكر و فلسفة الفندق هو الأساس للوصول إلى تصميم داخلي أمثل يحقق جذب و رضا المستخدمين من خلال هذه التوصيات :

1. لإرضاء و جذب أكبر عدد من المستخدمين لابد من تجسيد فكرة و فلسفة الفندق من خلال التصميم الداخلي.
2. تعزيز و مراعاة جانب التصميم الداخلي منذ مراحل التصميم الأولي ليهو الفندق.
3. يجب التنوع في أنشطة البهو , مثل الأنشطة التفاعلية في الامسيات.
4. عكس توجه الفندق من خلال تصميم البهو .
5. البساطة في عكس الفكرة التصميمية.
6. توفير أماكن مريحة للجلوس , مع مراعات التنوع .
7. الاهتمام بالتفاصيل و الإكسسوارات.
8. الابتكار و التنوع في التصميم, مثل تعزيز جانب الثقافة المحلية في جزء من التصميم .
9. استخدام أساليب أكثر تنوع للفصل بين الأنشطة
10. تطوير التصميم في اطار الفكرة الاصلية لتواكب التطور العصري ضرورة إطلاع المهندسين في مجال التصميم الداخلي و التصميم المعماري على ما هو جديد من منتجات و تقنيات و أفكار في السوق المحلي و العالمي وذلك عن طريق النشرات و الندوات و الزيارات الدورية للشركات و المصانع المختصة بهذا المجال
11. عمل دورات تدريبية لمهندسي التصميم الداخلي و المعماري على كيفية عكس توجه الفندق عن طريق استخدام عناصر واسس التصميم الداخلي و ترجمتها من خلال المدارس و التيارات المعمارية

12. من المهم جدا توصية ذوي الاختصاص في الدولة بتوعية الملاك و المصممين بأهمية التصميم الداخلي و اثره على نجاح المشروع و من ثم وضع لوائح وقوانين لأهمية توفير تصاميم داخلية مرافقة لتصاميم مباني السياحة و الضيافة في ولاية الخرطوم
13. دراسات توضح موجهات التصميم الداخلي للمباني الفندقية و بهو الفندق .
14. دراسات توضح موجهات التصميم الداخلي للمباني بمختلف القطاعات (مكتبية- تجارية - صحية - سياحية - خدمية ...) و بالأخص المباني الفندقية و بهو الفندق للوصول لتوصيات خاصة بقوانين وزارة التخطيط العمراني للتصميم الداخلي الأمثل
15. دراسات عن مواد التشطيب الداخلي (حوائط - اسقف - فواصل - ارضيات ...) وتطور تقنياتها و استخداماتها في التصميم الداخلي .

المراجع

1. Berens, C. 1997. Hotel Bars and Lobbies. McGraw-Hill: New York.
 - بيرنز سي 1997 . بهو و حانات الفنادق , لوبيز. ماكجرو هيل: نيويورك.
2. Bitner, M.J. 1992. Servicescape: the impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing 56 (April, p.57–71). Date retrieved: 16.03.2011
 - بتنر. إم. جاي. 1992. سيرفسكيب: تأثير البيئة المحيطة على العملاء والموظفين. مجلة التسويق 56 (أبريل, ص. 57-71) : تاريخ الإسترجاع: 16. 3. 2011.
3. Bowie, D. and Buttle, F. 2004. Hospitality Marketing: An Introduction. 1st Edition. Elsevier: Oxford.
 - باوي، دي. وبوتل، إف. 2004. تسويق الضيافة: مقدمة. الطبعة الأولى. إلزيفير: أكسفورد.
4. Collins, D. 2001. New Hotel: Architecture and Design. Conran Octopus Limited: London.
 - كولينز، د. 2001. نيو هوتيل: العمارة والتصميم. كونران أوكتوبوس المحدودة: لندن.
5. Curtis, E. 2001. Hotel interior structures. Wiley-Academy: London.
 - كورتيس، إي. 2001. الهياكل الداخلية للفندق. وايلي-أكاديمي: لندن.
6. Cross, R. 1997. Revenue management: Hard-core Tactics for Market Domination. The Orion Publishing Group Ltd: London.
 - كروس، آر. 1997. إدارة الإيرادات: التكتيكات الأساسية لسيادة السوق. مجموعة أوريون المحدودة للنشر: لندن.
7. Del Campo, O. 2010. Personal Communication. Modul University Vienna, October.
 - ديل كامبو، أو. 2010. الاتصالات الشخصية. جامعة مودول فيينا، أكتوبر.
8. Johnston, R. and Clark, G. 2008. Service Operations Management - Improving Service Delivery, 3rd Edition, Prentice Hall. p.57-59.
 - جونستون، آر. و كلارك، إدارة عمليات الخدمة - تحسين تقديم الخدمات، الطبعة الثالثة، برنتيس هول. ص. 57-95.
9. Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C. 2006. Marketing for Hospitality and Tourism. 4th Edition, Prentice Hall: New Jersey.
 - كوتلر، بي. بوين، جاي تي، ماكينز، جاي سي. 2006. التسويق للضيافة والسياحة. الطبعة الرابعة. برنتيس هول: نيو جيرسي.
10. Kretschmar-Joehnk, C. and Joehnk, P. 2009. Raum. Werte Creating Hospitality Design. Braun Publishing AG.
 - كريتشمار-جونك، سي. و جونك، بي. رآوم. ويرت خلق تصميم الضيافة. براون للنشر إي جي.

11. Lawson, F. 2007. Hotels & Resorts: Planning, Design & Refurbishment. Elsevier Ltd.: Oxford.
- لوسون, 2007. ف. الفنادق والمنتجعات: التخطيط والتصميم والتجديد. إلزيفير المحدودة: أكسفورد.
12. Lovelock, C., Wirtz, J., Chew, P. 2009. Essentials of Services Marketing. Prentice Hall, Pearson: Singapore.
- لوفلوك, سي., ويرتز, جاي., تشو, بي. 2009. أساسيات تسويق الخدمات. برنتيس هول, بيرسون: سنغافورة.
13. Mehrabian, A., & Russell, J.A. 1974. An approach to environmental psychology. Cambridge, MA, USA; London, UK: MIT Press.
- مهربان, إي., و رسل, جاي. إي. 1974. نهج لعلم النفس البيئي. كامبريدج, إم إي, الولايات المتحدة الأمريكية؛ لندن, المملكة المتحدة: دار نشر معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا.
14. Mundy, J. Sep. 2008. Wide open spaces. Hotelier. Vol.20. Iss.6. p.44-46.
- موندي, جاي. سبتمبر. 2008. مساحات واسعة مفتوحة. مدير الفندق. المجلد 20. اصدار رقم 6. ص. 46-44.
15. Ransley, J. and Ingram, H.. 2004. Developing Hospitality Properties & Facilities. 2nd Edition. Elsevier: Oxford.
- رانسلي, جاي. و إنغرام, إتش.. 2004. تطوير خصائص ومرافق الضيافة. الطبعة الثانية. إل سيفير: أكسفورد.
16. Ransley, J. and Ingram H. 2001. What is a "good" hotel design?. Facilities. Vol.19. Iss.1/2. pp.79-86. MCB University Press.
- رانسلي, جاي. و إنغرام, إتش. 2001. ما هو التصميم "الجيد" للفندق؟. مرافق. المجلد 19. اصدار. إم سي بي جامعة الصحافة.
17. Riewoldt, O.. 2002. New Hotel Design. Laurence King Publishing: London.
- ريولدت, أو.. 2002. تصميم الفندق الجديد. لورانس كنج للنشر: لندن.
18. Russell, J.A. and Snodgrass, J. 1987. Emotion and the Environment. In Stokols and Altman. Handbook of Environmental Psychology. Vol1. pp.245-81.
- راسل, جاي إي. و سنودغراس, جاي. 1987. العاطفة والبيئة. في ستوكولس وألتمان. كتيب علم النفس البيئي. مجلد. ص. 81-245.
19. Rutes, W.A., Penner, R.H. and Adams, L.. 2001. Hotel Design: Planning and Development. Elsevier Ltd.: Oxford.
- روتس, دبليو. إي., بينر, آر. إتش. و ادامز, ل.. 2001. تصميم الفندق: التخطيط والتنمية. إل سيفير المحدودة: أكسفورد.
20. Sheehan, Patricia. Feb 2006. The Heart of a Hotel. Lodging Hospitality. Vol.62. Iss.2. p.40-42.

- شيهان، باتريشيا. فبراير 2006. قلب فندق. ضيافة السكن. مجلد.62. اصدار رقم 2. ص. 40-42.
- 21. Zeithaml V.A., Bitner, M.J. and Gremler D.D.. 2006. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 4th Ed. McGraw Hill: New York.
- زيثامل في.إي، بيتنر، إم.جاي و غريمير دي دي..2006. خدمات التسويق: دمج تركيز العملاء عبر الشركة. الطبعة الرابعة. مكجراو هيل: نيويورك.
- 22. 360 Steelcase. Oct 2007. You're new workplace is waiting... in the lobby. Steelcase Inc.
- 360 ستيلكيس. أكتوبر 2007. مكان عملك الجديد ينتظر ... في الردهة. ستيلكيس المحدودة.
- 16. The Encyclopedia Britannica (Latin for "British Encyclopedia"), published by Encyclopedia Britannica, Inc, website edition 2012
 - الموسوعة البريطانية أو الـ"بريتانكا" هي موسوعة عامة باللغة الإنجليزية تصدرها شركة الموسوعة البريطانية، المحدودة النسخة الالكترونية 2012
- 23. Pictures for AL salam rotana hotel location Date retrieved: 12.05.2017
<http://www.googlemap.com>
- 24. Main elements of hotel interior design Date retrieved: 13.12.2016
<http://www.google.com>
- 25. Information about hotel Date retrieved: 03.05.2017
<http://www.en.wikipedia.org> <http://www.ar.wikipedia.org>
- 26.al salam rotana hotel _Date retrieved: 09.03.2017
<https://www.rotana.com/rotanahotelandresorts/sudan/khartoum/alsalamrotana>
- 27. corinthia hotel sudan - Date retrieved: 09.03.2017
www.corinthia.com/en/hotels/khartoum
- 28. Coggins, K..02.09.2009. New Designing Concept as Designers Launch Designer Hotels Designers Designing Hotels for the 21st Century.
http://www.associatedcontent.com/article/2119631/new_designing_concept_as_designers.ht
- 29. Coggins, K..02.09.2009. New Designing Concept as Designers Launch Designer Hotels Designers Designing Hotels for the 21st Century.
http://www.associatedcontent.com/article/2119631/new_designing_concept_as_designers.ht
Yahoo! Inc. Date retrieved: 09.04.2017
- 30. GPH Partners, LLC. Gramercy Park Hotel – A Luxury, Boutique New York Hotel in Manhattan.
<http://www.gramercyparkhotel.com>.Date retrieved: 10.04.2016.
- 31. Haussman, G. 15.02.2011. WConcept Shattering Starwood Goals.
<http://www.hotelinteractive.com/article.aspx?articleID=891>.

Date retrieved: 08.04.2011.

32. Hotels with a Bookmark (a). Über Hotels with a Bookmark.

<http://www.bookmarkhotels.ch/about/d>. Date retrieved: 09.04.2017.

33. Hotels with a Bookmark (b). B2 Boutique Hotel + Spa.

<http://www.bookmarkhotels.ch/hotels/d/b2-boutique>.

Date retrieved: 09.04.2017.

الملحق رقم (1)

الفنادق

نبذة تاريخية

ظهرت أقدم الفنادق الصغيرة منذ حوالي 3000 سنة ق.م، وكان معظمها في شكل مساكن خاصة، كان أصحابها يوفرون الغرف للسكنى للمسافرين. وكان كثير من أصحاب هذه الفنادق لا يقومون بتنظيف الغرف، كما أنهم كانوا يقدمون وجبات بسيطة فقط لزبائنهم. وكثيرًا ما كان على عدد من المسافرين أن يشاطروا آخرين الغرفة نفسها أو حتى السرير نفسه في بعض الأحيان.

وبإمكان المسافر في الأرياف في الهند أن يمكث في داك (بيت الراحة) بسعر محدد. وقد أنشأ بيوت الراحة لأول مرة الإمبراطور أسوكا (272 – 232 ق.م). وفي القرن السابع عشر الميلادي شُيّد كثير من النزل في بريطانيا، وفي الدول الأوروبية الأخرى قريبًا من الطرق التي كانت تمر عليها عربات السفر التي تجرها الخيل. وكان المسافرون ينالون قسطًا من الراحة، ويتناولون المرطبات في النزل، وكان صاحب النزل يبيع أيضًا تذاكر عربات السفر هناك.

وقد تحسنت نوعية النزل خلال القرن الثامن عشر الميلادي، وخاصة تلك التي في أوروبا، حينما بدأت أعداد كبيرة من الناس في السفر طلبًا للنزهة. وقد أدى اختراع السكك الحديدية في القرن التاسع عشر الميلادي إلى بناء فنادق أضخم من ذي قبل، وتقع بقرب محطات السكة الحديدية في المدن الرئيسية، وبذلك سهلت السكة الحديدية السفر لكثير من الناس وقضاء الإجازات. وهذا بدوره كان عاملاً مشجعاً في بناء فنادق المنتجعات، وفي بناء الفنادق الأصغر حجمًا، أو بيوت الضيافة إلى جانب البحر، وعند البحيرات والجبال.

وفي نهاية القرن التاسع عشر الميلادي، اشتهرت مدن كبرى كلندن وباريس بالفنادق الضخمة المترفة، حيث تقدم ضروب التسلية للنزلاء الأثرياء، كفندق سافوي بلندن مثلاً، والذي افتتح عام 1889م وكانت به إضاءة كهربائية في كل حجرة. وبدأت المطاعم الفخمة مظهرًا متميزًا لمثل هذه الفنادق. أما فنادق اليوم فهي مجهزة بالمصاعد الكهربائية، وبدورات المياه الخاصة، وبإمكانات أخرى تجتذب الزبائن. وكثيرًا ما توفر الفنادق العصرية في كل غرفة أجهزة الهاتف والمذياع والتلفاز.

وخلال منتصف القرن العشرين، ظهرت في المدن وخاصة في الولايات المتحدة أعداد وفيرة من الفنادق، كان يملكها فرد واحد أو تملكها شركة ما. وكانت هذه الفنادق تشكل سلسلة فنادق بإمكانها أن تعمل بشكل أكثر فعالية وبنفقات أقل من معظم الفنادق المستقلة. وتعمل جميع فنادق السلسلة الواحدة بالطريقة نفسها وتحمل كلها الاسم نفسه. وتدير بعض هذه الشبكات الفنادق الأخرى في العديد من الدول. كما تستخدم بعض فنادق السلسلة الواحدة نظام الامتياز، وتبعًا لهذا النظام يشتري فرد ما أو شركة ما حق امتياز ملكية فندق من الفنادق في السلسلة وإدارته، وفي مقابل استخدام اسم الشركة وسمعتها المعروفين يقوم المالك أيضًا بدفع جزء من دخل الفندق للشركة.

وقد أدى نمو فنادق السلسلة الواحدة الحديثة إلى تقلص عدد الفنادق الضخمة التي تدار عن طريق الأفراد، إلا أن كثيرًا من المؤسسات الأصغر حجمًا ظلت باقية. وتصنف الفنادق تبعًا للتسهيلات والخدمات التي تقدمها

أنواع الفنادق

الفندق منشأة تُؤمّن وسائل الراحة والسكنى للناس. والخدمة الرئيسية للفندق هي توفير حجرة للنوم، إلا أن معظم الفنادق يوجد بها أيضاً مطعم واحد على أقل تقدير. وتوفر كثير من الفنادق الكبرى قاعات وخدمات للاجتماعات ويضم بعض تلك الفنادق المحلات التجارية كما أنها توفر وسائل التسلية.

وتتراوح أحجام الفنادق بين مبان ضخمة تضم أكثر من ثلاثة آلاف حجرة وفنادق صغيرة تحتوي على أقل من عشر حجرات. ولا تقدم الفنادق الصغيرة نوعية الخدمات نفسها التي تقدمها المنشآت الكبرى، إلا أن الغرف والوجبات الغذائية بها تفل أسعارها — في الغالب — عن مثيلاتها في الفنادق الكبرى. وتعود ملكية العديد من الفنادق الصغيرة إلى أفراد عائلة واحدة، كما أنهم هم الذين يديرونها بأنفسهم.

ويوظف العديد من الفنادق الحديثة موظفًا واحدًا لكل غرفتين تقريبًا. ويعمل موظفو الفندق على مدى أربع وعشرين ساعة في اليوم من أجل توفير أسباب الراحة للنزلاء، ويقوم العاملون على النظافة بتنظيف كل غرفة يوميًا، كما يحمل الحمالون الأمتعة واللفائف إلى غرف النزلاء. أما قسم الصيانة فيُعنى مستخدموه بإضاءة وسباكة وتكييف وتدفئة الفندق ليظل في العمل بحالة جيدة. ويعمل قسم الأمن ليمنع وقوع الحرائق والسرقات وأي مزعجات.

وتوفر معظم مطاعم الفنادق خدمة الغرف التي يستطيع النزيل عن طريقها طلب إحضار الطعام والشراب إليه في غرفته. كذلك بإمكان النزلاء بالفندق أن يطلبوا غسيل ملابسهم وكيها. ويتقاضى بعض الفنادق من الزبائن أجره الغرفة فقط، أما الوجبات الغذائية والخدمات الأخرى فهي تخضع لررسوم إضافية. كما يقدم العديد من الفنادق خدمات الطعام والنوم بسعر محدد إما أن تقدم وجبة الإفطار فقط أو وجبة الإفطار والعشاء.

أنواع الفنادق. هناك ثلاثة أنواع رئيسية من الفنادق هي:

1. الفنادق التجارية
2. فنادق المنتجعات
3. الفنادق السكنية

الفنادق التجارية

يقع معظم الفنادق التجارية بالقرب من المطارات أو بالقرب من أواسط المدن الكبرى، أو المدن المتوسطة. وتقدم هذه الفنادق خدماتها أساسًا لرجال الأعمال الرحالة، ولهؤلاء الذين يقومون برحلات قصيرة. ويتسم كثير من هذه الفنادق بمحيط فخم وبمجال خدمات واسع.

ويملك الزبائن الخيار في معظم الفنادق التجارية بين عدة مطاعم تتراوح بين المقهى الرخيص وقاعات الطعام الفخمة. وتقدم بعض مطاعم هذه الفنادق بعض أنواع الترويج. أما المحلات التجارية في الفنادق التجارية فتضم محلات الملابس ومحلات الهدايا ومكانًا لبيع الصحف. كما تضم بعض الفنادق التجارية محلات للحلاقة وصالونات للتجميل، ويحتوي كثير منها على حمامات السباحة وحمامات السونا البخارية.

وتتضم فنادق تجارية كثيرة صالات واسعة بإمكان نزلائها أو أي مجموعات أخرى استخدامها للحفلات والولائم، أو للمؤتمرات والاجتماعات. ويقدم قسم التغذية بالفندق وجبات الطعام والوجبات الخفيفة لمثل هذه المناسبات.

فنادق المنتجعات

وهي تقدم وسائل الراحة والسكنى والطعام والشراب للسياح، ولهؤلاء الذين يتمتعون بإجازاتهم. كما يوفر بعض هذه الفنادق ملاعب الجولف والتزلج والسباحة ونشاطات أخرى. ويبقى النزلاء لمدة تتراوح بين عدة أيام وعدة أسابيع. ويقع معظم فنادق المنتجعات بقرب البحيرات والجبال أو بقرب البحر، إلا أن بعضها الآخر يقع قريباً من المدن الكبرى ويصلح مكاناً لقضاء الإجازات لسكان المناطق المجاورة.

وفي معظم فنادق المنتجعات يكون العمل موسميًا. ففي الأشهر الباردة مثلاً تسافر أعداد كبيرة من الناس إلى منتجعات الجبال للتزلج.

وتقدم فنادق المنتجعات كذلك بعض النشاطات لزبائنها بداخل الفنادق، وكثير منها يضم بين جنباته صالات ألعاب رياضية وصالات ألعاب التسلية، وحمامات سباحة داخلية وساحات التنس. ويقدم بعضها، في بعض الدول، العروض الراقصة والموسيقى وضروباً أخرى من التسلية.

الفنادق السكنية

وهي تؤجر غرفة أو أكثر إلى الزبائن لفترات طويلة من الزمن، وتشبه هذه الفنادق مباني الشقق إلا أنها توفر أيضاً خدمات الطعام والخدمة والغسيل والكي.

اشتراطات عامة لتصنيف وتصميم الفنادق

الفنادق هي المنشآت الإيوائية التي تتبع النوم وتقدم لنزلائها وعمالها وروادها الكثير من الخدمات المعيشة والترفيهية.

- **الموقع:** يتغير الموقع حسب طبيعة وأهمية الفندق حيث يختار قريباً من المحطات ومن مراكز الاتصال ومن المناطق ذات الأهمية التجارية أو الترفيهية، كما يتم اختياره في أحد الأحياء الهادئة غير المعرضة للأتربة والمشجرة بشكل جيد إن أمكن بالإضافة إلى الساحات الفسيحة والأماكن الخاصة لانتظار السيارات. يبتعد الموقع قدر الإمكان عن أماكن المدارس والمصافح. ويلاحظ أن الفنادق لا تعطى ربحية جيدة إلا زاد عدد غرفها عن مائة غرفة كحد أدنى.
- **التوجيه:** توجه غرف النزلاء نحو الشرق أو الغرب أو الجنوب، أما المطبخ وصالات التخديم وغرف المستخدمين فتنجه نحو الشمال.
- **دخول السيارات:** يفضل تأمين حركة دخول السيارات حتى المدخل الرئيسي المغطى وإعطاء هذا الطريق العرض الكافي لحركة دخولها وخروجها.
- **بهو المدخل:** يشكّل بهو المدخل قلب الفندق، ويجب أن يمسح بالوصول إلى كافة عناصر الفندق، كما يجب أن يحتوي على السلالم والمصاعد وركن الاستعلامات. ويبلغ طول كاونتر الاستعلام 2.3 متر لكل سرير وفي كثير

من الأحيان يشكل البهو حديقة مغطاة تتجمع حوله مختلف الصالات المخصصة للنزلاء كصالة الإفطار التي تتسع 25% من النزلاء وصالة الطعام التي تتسع لـ 50% من النزلاء، ويجب أن يكون للمقهى والمطعم مدخل خاص.

● الصالات العامة:

تجمع الصالات العامة في كثير من الأحيان في طابق واحد وتفصل عن بعضها بقواطع خفيفة تسمح بفتح هذه الصالات على بعضها لتشكل صالة كبيرة للاحتفالات حين اللزوم. ومن الضروري في هذه الحالة تأمين مدخل خاص مع أماكن خلع ملابس ودورات مياه.

● صالة الكافتريا:

في كثير من الأحيان تتواجد في الدور الأرضي. وفي بعض المدن الكبيرة لا تحوى الفنادق إلا بعض الصالات البسيطة لتناول الإفطار والاستراحة، أما بالنسبة للصالات الأخرى كالمطاعم فإن هذه الفنادق تتعامل مع مطاعم تعمل لحسابها، وفي هذه الحالة يتم استثمار الطابق الأرضي كمخازن وصالات عرض. وتتضمن فنادق المدن التنتحتوى على منابع المياه المعدنية صالات واسعة تشرف قدر الإمكان على الحدائق أو الحمامات أما فنادق الدرجة الممتازة فتشمل أيضاً على صالات فسيحة لكنها أكثر خصوصية للاجتماعات المغلقة.

وفي كثير من الأحيان تشمل فنادق المسافرين على صالة للإفطار وأخرى لطعام (الغذاء أو العشاء) وفي بعض الأحيان تحتوى على صالات أخرى ويخصص لكل نزيل مساحة تتراوح بين 1.4 - 4م² في الصالات المشتركة أما بالنسبة لصالة الإفطار فيمكن اعتبار أن كل مكان سيستخدم م 2-3 مرات وفقاً لنوع الفندق.

● غرفة النوم:

تبدأ غرفة النوم من الطابق الأول وتشرف الغرف الكبيرة على الساحات أو الحدائق وتنتجه نحو الشرق أو الجنوب، أما الغرف القليلة العمق فتطل على حديقة داخلية. ارتفاع الغرف لا يقل عن 2.8م في الصالات المشتركة حيث يخصص لكل مساحة لا تقل عن 3م² وحجم من الهواء مقداره لا يقل 12م² وفي غرفة النوم الخاصة يخصص لكل شخص مساحة لا تقل عن 6-8م² وحجم من الهواء لا يقل عن 20م². المساحة الكلية اللازمة للسرير تتراوح بين 35-40م². أما نسبة مساحات غرف النوم فتتراوح بين 50-60%.

○ الدولاب والسرير:

يتم ترتيبها بشكل يسمح باستغلال جيد للمساحة كما تدمج في بعض الأحيان مع طاولة الزينة ويوضع في المدخل دولاب حفظ الملابس.

○ النوافذ:

يجب ألا تقع على محور الغرفة إنما في الجوانب بحيث لا يكون رأس السرير في مواجهتها، ولا يوضع أشئ أمامها حتى يتمكن النزيل من فتحها والنظر إلى الخارج.

○ التجهيزات:

يجب أن تكون بسيطة وصحية، ثابتة وقابلة للغسيل ويجب أن يوضع مفتاح إنارة عند رأس كل سرير، وأحياناً يضاف مفتاح للتحكم في إغلاق الباب، كما يوضع مفتاح للحرس والهاتف بجانب كل سرير ويكون لسلك الهاتف الطول الكافي للتحرك به وبجانب طاولة المكتب. أما الأرضية فتكون من الخشب ومن الممكن تغطيتها بالموكيت، أما أرضية الحمام فتغطي بالسيراميك.

● ترتيبات غرف النوم:

أبعاد السرير 1.95م وأحياناً يمكن دمجها في الحائط، أما في الغرف الصغيرة فيمكن استخدامه كأريكة كما يوضع في غرفة النوم دولاب للملابس والبياضات والأحذية والملابس المتسخة وبعرض 50سم على الأقل وعمق 60سم ويمكن أن يصل العرض إلى متر.

كما توضع منضدة للاستخدام اليومي بأبعاد 40×40 سم ومكتب بأبعاد 1×0.6م ومقعدان وأريكة ومنضدة للحقائب بأبعاد 50×80سم وبارتفاع 40سم ويلاحظ ضرورة وجود مرآة.

● المطبخ:

يفضل وجود المطبخ في الطابق الأرضي بجانب المطعم وصالة الإفطار والبهو، كما يتصل بغرف الخدمة في الطوابق العلوية بواسطة سلالم ومصاعد الخدمة ويجاورها عادة الغرف الملحقة وغرف المستخدمين والسائقين.

وتتغير مساحات مختلفة العناصر وتعدادها بالنسبة لنوعية الفندق ودرجته، وتبعاً لذلك تؤخذ مساحات أساسية بالنسب للمطبخ بشكل عام لكل نزيل كالتالي:

- مطبخ عام تبلغ مساحته حوالي 0.6م² لكل نزيل.
- مطبخ الفندق وصالة الإفطار تبلغ مساحته 0.4م² لكل نزيل.
- المجموع 1م² مطابخ لكل نزيل.

كما يوجد أوفيس واحد لكل طابق أو لكل 25 إلى 30 غرفة بالإضافة إلى مصعد مخصص لنقل الوجبات إلى الغرف بكامل أجهزته.

وعادة ما توضع غرف المستخدمين في الطابق الأخير أيضاً، وفي حالة وجود المطبخ في هذا الطابق توضع غرف المستخدمين في الطابق الذي يسبقه.

أما البدروم فيجب أن يكون بارداً لحفظ المخزون كما يقسم إلى أقسام للخضراوات والفواكه.

أما الجزء المخصص للبطاطس فيجب أن يكون من أرضية ذات شبكة من ألواح خشبية، كما تغطي جدرانه وخاصة الخارجية منها بهذه الألواح حتى ارتفاع 80سم وتوضع الورش بجانب المخازن بالبدروم ويجب أن يكون المخزن المخصص للأمتعة مجاوراً للمصعد للتهوية.

● التهوية:

يجب حساب تجديد الهواء في غرف الفندق من 1-5مرات كل ساعة، أما في الصالات المزدحمة فإن حجم الهواء المجدد يكون من 20-30م³ لكل شخص وفي صالات الطعام يتم التجديد من 6-8مرات كل ساعة وفي المطابخ من 6-10مرات كل ساعة مع مراعاة وجود مراوح سحب فوق المواقد لتصريف الحرارة الناتجة عنها.

● مواد البناء:

تبنى الفنادق من مواد غير قابلة للاحتراق وتجهز بأدوات إطفاء الحرائق.

● السلالم والأبواب:

تكون السلالم عريضة لشكل كاف ومجهزة بدرابزين مثبت بها كما توضع من الخارج بحيث تكون أكبر أو مساوية لعرض السلم. كما يجب ألا يقل عرض الأبواب عن 1م وتفتقر نحو الخارج.

● دورات المياه:

مبولتان ومرحاض واحد لكل من 80-100رجل، و3مرحاض مخصص لكل 100سييدة أما في الغرف فيخصص مرحاض واحد لكل 10أسرة.

● المصاعد:

يخصص مصعد واحد لكل 150سريراً

● الثلجات:

تجهز للحوم والأسماك والدواجن ويجب أن تكون قريبة من المطابخ وتتراوح درجة الحرارة فيما م - 2إلى+4درجة أما مكان تجهيز الثلجات: فيجب أن يكون قريباً من قسم الثلجات.

● الخدمات الأخرى:

- 1-غرف العدادات وغرف توزيع جميع التوصيلات والورش.
 - 2-غرف الخدمة والنظافة: توضع غرفة نظافة بكل دور وبها دولاب لحفظ أدوات التنظيف
 - 3-غرف البياضات: وتكون عادة فى الطابق الأخير أسفل السطح بجانب غرفة الكى ويجب ان تفتح مباشرة على الممر.
- المصدر : الإنترنت ، موقع ويكيبيديا/الفنادق

الملحق رقم (2)

سبعة عناصر أساسية في التصميم الداخلي للفنادق

الفندق تجارة رابحة طالما استطعت اصابة الهدف الصحيح. وسيكون التصميم الداخلي ذا تأثير كبير. هذه هي العناصر الأساسية:

1- الوحدة والتناغم

ينبغي أن تشكل جميع الغرف فندقا رائعا. وسيكون كل جزء عبارة عن مساحة مرتبطة بمساحة أخرى لتعطي الشكل النهائي. بإمكانك صنع ذلك عن طريق اختيار عدة ألوان واستخدامها على جميع الغرف و بظلال مختلفة لخلق تنوع ما إذا رغبت في ذلك.

2 -التوازن

يمكنك استخدام المبادئ الأساسية بما في ذلك التوازن المتماثل، والامتثال، والتماثل النصقطي. كل واحد منهم يلعب دورا في نمط مختلف. الفنادق الحديثة تفضل الامتثال عادة. قم بتوزيع نفس الثقل البصري في كل غرفة. بإمكانك التلاعب بأشكال الأثاث، والنقاط المركزية، وأدوات الديكور.

3- النقطة المركزية

كل غرفة تستحق شيئا واحدا يوجه أعين زوارها إليه، وهناك خيارات عديدة لما يمكن أن يكون هذا الشيء، مثل المجموعة الفنية للفندق أو مدفأة، وربما قد تكون الإضاءة مثيرة للاهتمام، وسيعطي هذا النظرة الداخلية روحا حقيقية حيث يحصل الناس على الراحة والشعور الجميل.

4 -الإيقاع

كما في الموسيقى، نريد أن يستمتع الناس بنبض فندقنا. وسيكون هذا الارتباط مستمرا. والمفتاح هو أن تجذب أعين الناس إلى نقطة محورية ثم إلى المكونات الأخرى تدريجيا حتى تصبح التجربة تدفقا بصريا حرفيا. إذا استطعت فعل هذا فأنت تملك بالفعل إيقاعا ممتازا في منطقتك الداخلية.

5 – المقياس والتناسب

قم باختيار الأثاث والقطع الإضافية للمنطقة الداخلية للفندق. راعي الحجم بحسب حجم الغرفة لأن الأثاث يجب أن يكون بالحجم الصحيح، وينبغي أن يكون التناسب كبيرا بين كل قطعة أثاث وأخرى أضيفت للجمالية وموجها نحو الناس حوله. لذا كن دقيقا في اختياراتك.

6 -الألوان

كيفية اختيار اللون ستؤثر على أشياء كثيرة. الألوان تعطي حيوية فقم بانتقائها بعناية. ليس بالضرورة أن تكون العلامة التجارية كبيرة وفي كل مكان. يمكنك استخدامها بمثابة قطعة جمالية إضافية. وعلى اللون الذي ستختاره للمنطقة الداخلية أن يحدد المزاج أيضا. لذا بإمكانك البدء بمزاج ضيوفك المستهدفين.

7 -التفاصيل

التفصيل الصحيح ذو أثر كبير جدا. بمعنى أنه إما أن يعزز أو ينتقص من الشكل الذي تريد الحصول عليه. كن مهتما حتى بأدق التفاصيل مثل مقبض خزانة، درجة لون مصباح ، قطعة أثاث اضافية للموقد، والعديد من الأجزاء الأخرى.

المصدر : الانترنت / 13ديسمبر 2016